

**PENERAPAN ETIKA PELAYANAN PADA MINI MARKET SAHABAT
AIDILIA TELUK KUANTAN KABUPATEN KUANTAN SINGINGI
GUNA MENCAPAI PROFIT YANG MAKSIMAL
DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi dan Melengkapi Syarat-Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Serjana Ekonomi Islam (S.EI)**



Oleh :

DESSY DESVIA FITRI
NIM. 10625003969

**PROGRAM (S1)
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU
2011**

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Penerapan Etika Pelayanan Pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi Guna Mencapai Profit yang Maksimal Ditinjau Dari Ekonomi Islam. Mini Market Sahabat Aidilia merupakan usaha yang bergerak dalam bidang penjualan barang-barang sehari-hari dan kebutuhan pokok lainnya. Tujuan dari setiap pendirian perusahaan adalah untuk mencari keuntungan yang semaksimal mungkin. Dalam suatu perusahaan konsumen merupakan suatu bagian yang terpenting karena itu wajib bagi karyawan untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Pelayanan merupakan kunci utama tercapainya target suatu perusahaan karena dengan pelayanan yang baik dan menyenangkan akan memberi kenyamanan tersendiri bagi konsumen.

Latar belakang penulis mengambil judul ini karena ingin mengetahui bagaimana penerapan etika pelayanan pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan guna mencapai Profit yang maksimal. Dan bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap Penerapan Etika Pelayanan Pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan.

Skripsi ini adalah penelitian lapangan (*field Research*). Lokasi penelitian ini bertempat pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi yang beralamat di jalan Imam Bonjol No. 10 Pasar Teluk Kuantan.

Dalam penulisan ini yang menjadi populasi adalah pimpinan, karyawan atau pramuniaga serta pelanggan. Dan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pimpinan, 16 orang karyawan dan 100 orang pelanggan. Pemilihan sample berdasarkan *Teknik Random sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, angket dan dokumentasi

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang langsung diperoleh dari responden melalui angket dan wawancara, dan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari tulisan atau buku-buku. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisa data deskriptif Kualitatif.

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, bahwa Pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan untuk mencapai profit yang maksimal menerapkan etika pelayanan yang terdiri dari: Kejujuran, Berbicara yang sopan, Cekatan dalam melayani, Ramah tamah dalam melayani, Tidak berburuk sangka, Melayani dengan penuh tanggung jawab, memiliki keinginan untuk menolong, Melayani konsumen dengan baik tanpa pilih kasih dan Berpakaian yang rapi, didalam penerapannya karyawan telah melaksanakan etika pelayanan dengan baik terlihat dari penilaian yang cukup memuaskan dari pelanggan kecuali keinginan karyawan untuk menolong konsumen yang kesulitan.

Tinjauan Ekonomi Islam terhadap penerapan etika pelayanan pada Mini Market Sahabat Aidilia sebagian sudah diterapkan sesuai dengan syariah Islam dan ada yang belum yaitu keinginan karyawan untuk menolong konsumen yang kesulitan. Dalam Islam manusia dituntut untuk berbuat *ihsan* terhadap sesama manusia dan dianjurkan untuk saling tolong-menolong dan ikhlas dalam melakukan sesuatu.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

NOTA PEMBIMBING

PERSEMBAHAN

MOTTO

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Kegunaan penelitian.....	8
E. Metode Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan.....	11
 BAB II TINJAUAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	 13
A. Sejarah berdirinya Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan.....	13
B. Struktur organisasi.....	14
C. Tugas dan Tanggung jawab setiap bagian.....	15
D. Visi dan Misi.....	19
E. Produk yang dijual.....	19
 BAB III TINJAUAN TEORI.....	 21
A. Pengertian Etika Pelayanan.....	21
B. Etika pelayanan dalam Islam.....	35
C. Tujuan dan Manfaat Etika Pelayanan.....	43
D. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam.....	43
E. Ciri- Ciri Ekonomi Islam.....	45

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
	A. Penerapan Etika Pelayanan Pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan Guna Mencapai Profit Yang Maksimal.....	48
	B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap penerapan etika pelayanan Pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan.....	64
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
	A. Kesimpulan.....	78
	B. Saran	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keterlibatan muslim dalam bisnis bukan merupakan sesuatu hal yang baru. Namun telah berlangsung sejak empat belas abad yang lalu. Hal tersebut tidaklah mengejutkan karena Islam menganjurkan umatnya untuk melakukan kegiatan bisnis, dan hal tersebut juga diatur dalam Al-Qur'an. Konsep Al-Qur'an sangat komprehensif, sehingga parameternya tidak hanya menyangkut dunia, tetapi juga menyangkut urusan akhirat.¹

Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Ar-Ra'd ayat 11 yang berbunyi:



Artinya: “*Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri*” (QS. Ar-Rad: 11)²

Dari ayat tersebut dapat dilihat bahwa Allah tidak akan mengubah rezeki kepada manusia kecuali manusia berusaha untuk mendapatkannya dan Allah menganjurkan manusia untuk bekerja dan berusaha, dengan cara yang baik dan diridhai oleh Allah SWT dan usaha yang dijalani bermanfaat bagi masyarakat.

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan jumlah penjualannya atau pelanggannya. Misalnya dengan memberikan pelayanan yang paling optimal, meningkatkan kualitas produk,

¹ Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 1

² Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, (Semarang: CV. Toha Putra, 1990), h. 370

menentukan harga yang sesuai dengan selera pasar, meningkatkan promosi penjualan, terus mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggannya atau dengan cara lainnya.

Etika atau *ethics* berasal dari kata Yunani yaitu *ethos* artinya kebiasaan. Ia membicarakan tentang kebiasaan (perbuatan), tetapi bukan menurut arti tata adat, melainkan tata adab, yaitu berdasarkan kepada intisari atau sifat dasar manusia mengenai baik dan buruk, jadi dengan demikian etika adalah teori tentang perbuatan manusia ditimbang menurut baik buruk.³

Sikap atau etika disini meliputi sopan santun dalam melayani pembeli yang sesuai dengan yang dibenarkan Islam, menjaga sikap agar pembeli senang dan nyaman dalam memilih sesuatu yang ingin dibelinya, seperti tidak menunjukkan sikap curiga dan lain sebagainya. Dalam Islam, banyak dinyatakan dalam Al-Quran dan Hadist tentang cara berbuat baik kepada sesama muslim antaranya adalah sabda Nabi SAW yang berbunyi:

Artinya: *“Bertakwalah engkau kepada Allah dimana pun engkau berada. Ikutilah (perbuatan) yang buruk dengan (perbuatan) yang baik, niscaya perbuatan yang baik itu akan menghapus perbuatan yang buruk dan, gaulilah manusia dengan budi pekerti yang baik.”*⁴

Secara sederhana, istilah *service* mungkin bisa diartikan sebagai “melakukan sesuatu bagi orang lain”. Akan tetapi tidaklah mudah mencari

³ Mudlar Ahmad, *Etika Dalam Islam*, (Semarang: Ikhlas, th), cet. Ke-1, h. 15

⁴ At-Tirmidzi, *Shahih Sunan At-Tirmidzi*, (Beirut: Dar- Al Kotob Al-Ilmiyah, 1997), Jilid II, h. 557

padanan kata dalam bahasa Indonesia yang pas untuk istilah tersebut. Setidaknya ada tiga kata yang bisa mengacu pada istilah tersebut, yakni jasa, layanan, dan servis. Sebagai jasa service umumnya mencerminkan produk tidak berwujud fisik (*intangible*) atau sektor industri spesifik, seperti pendidikan, kesehatan, telekomunikasi, transportasi, asuransi, perbankan, perhotelan, konstruksi, perdagangan, rekreasi, dan seterusnya.⁵

Menurut Fandy Tjiptono dalam bukunya yang berjudul prinsip-prinsip total quality service mengatakan bahwa ada tiga kunci dalam memberikan layanan pelanggan yang unggul. Pertama, kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kedua, pengembangan database yang lebih akurat daripada pesaing. Ketiga, pemanfaatan informasi-informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka strategik.⁶

Pelanggan menciptakan harapan-harapan layanan dari pengalaman masa lalu, cerita dari mulut ke mulut, dan iklan. Jika jasa yang dipresepsikan berada di bawah jasa yang diharapkan, pelanggan akan kecewa. Jika persepsi jasa memenuhi atau melebihi harapan mereka, mereka akan cenderung menggunakan penyedia tersebut lagi.⁷ Dari kutipan tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan akan merasa puas apabila apa yang kita suguhkan sesuai dengan persepsi jasa memenuhi harapan mereka.

Peningkatan omset penjualan atau jumlah pelanggan merupakan aspek yang paling penting untuk dilakukan melalui pemberian pelayanan yang paling

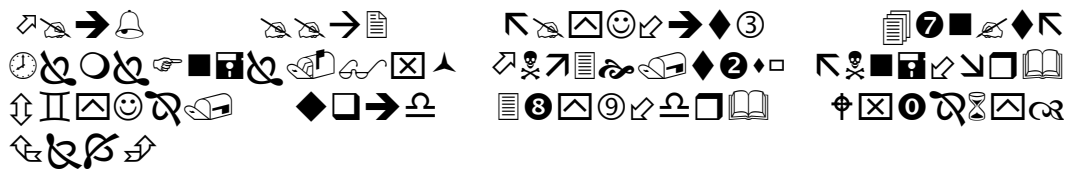
⁵ Fandy, Tjiptono, *Service Manajemen*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), h. 1

⁶ Fandy, Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: C. V Andi Offset, 2005), h. 128

⁷ Philip, Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007), h. 54

optimal karena dengan pelayanan yang optimal dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan ini akan menjadi promosi gratis dari pelanggan yang sudah merasakannya kemudian di sebarkannya ke calon pelanggan lainnya.

Di dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan atau konsumen, karyawan harus bekerja secara professional dan terampil. Sifat profesionalisme digambarkan dalam Al-quran surah Al-Isra ayat 84 yang berbunyi:



Artinya: *“Katakanlah: masing-masing bekerja menurut bentuknya (bakatnya), Tuhanmu lebih mengetahui orang yang mendapat jalan yang terlebih baik”*.(QS. Al-Isra’ ayat 84)⁸

Pada ayat diatas, dikemukakan bahwa setiap orang beramal dan berbuat sesuai dengan kemampuan. Artinya, seseorang harus bekerja dengan penuh ketekunan dengan mencurahkan seluruh keahliannya. Jika seseorang bekerja sesuai dengan kemampuannya, maka akan melahirkan hal-hal yang optimal.

Disamping itu dalam memberikan sebuah pelayanan yang baik, para karyawan dituntut untuk selalu bersikap ramah dan tersenyum. Dengan tersenyum (*tabassum*) ternyata akan melahirkan cinta, kasih sayang dan orang lain pun akan merasa lebih dihargai. Rasulullah SAW menyebutkan dalam hadistnya sebagai berikut:

⁸ Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahan, Op.cit*, h.. 437

Artinya: “*Senyummu itu kepada saudaramu, bagimu adalah merupakan sedekah*”. (HR. Bukhari)⁹

Kabupaten Kuantan Singingi dengan Ibu Kota Teluk Kuantan merupakan hasil pemekaran wilayah dari Kabupaten Inhu berdasarkan UU No. 53 tahun 1999. Dengan telah terbentuknya Kabupaten Kuantan Singingi maka pembangunan di Kuantan Singingi harus dilakukan secepatnya dengan terarah dan tepat sasaran. Berbagai pusat perekonomian masyarakat dan sumber-sumber pendapatan dibangun dan dikembangkan agar mampu membiayai pembangunan.

Hal ini dilakukan untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi, mewujudkan masyarakat Kuantan Singingi yang makmur dan sejahtera melalui pemberdayaan ekonomi masyarakat, peningkatan pelayanan terhadap masyarakat dan peningkatan peran serta masyarakat dalam segala bidang termasuk bidang ekonomi dalam hal pemenuhan kebutuhan sehari-hari masyarakat yang semakin besar.

Hal ini bisa kita lihat dari berkembangnya pusat-pusat perdagangan barang dan jasa pada akhir-akhir ini, diantaranya adalah pusat perbelanjaan seperti Mini Market atau Pasar Swalayan. Perkembangan Mini Market memang menjadi tren baru bagi masyarakat Teluk Kuantan dalam berbelanja kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Hal ini juga didukung oleh perubahan pola pikir masyarakat Kuantan Singingi yang ingin mencoba berbelanja kebutuhan sehari-hari di pasar semi-modern tersebut, dengan cara melayani diri sendiri serta dilayani pihak lain pada Mini Market tersebut.

⁹ Al. Imam al-Bukhori, *Shaheh Al-Bukhori*, (Beirut : Dar- Al Kotob Al-Ilmiyah, 1992), h. 587

Tabel I.1**Perkembangan penjualan pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan
(dalam unit)**

Tahun	Jenis produk	Jumlah penjualan	Persentase (%)
2006	235	28.250	12.02%
2007	272	30.345	11.15%
2008	328	35.723	10.89%
2009	361	41.982	11.62 %

Sumber : *Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari tahun ketahun Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan mengalami peningkatan dan penurunan jumlah penjualan. Pada tahun 2008 yang mengalami penurunan volume penjualan sebanyak 10.89% dari 11.15%, pada tahun 2009 mengalami peningkatan sebesar 11.62% diikuti dengan penambahan jenis produk. Peningkatan yang diterima tidak terlalu signifikan atau kurang maksimal.

Dalam rangka untuk target pencapaian laba Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan harus memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dan memberikan rasa aman kepada konsumen. Salah satu usaha yang paling ditekankan perusahaan untuk meningkatkan penjualan dengan memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumen dengan bersikap sebaik mungkin dalam memberikan pelayanan supaya konsumen merasa nyaman dalam berbelanja.¹⁰ Namun kenyataan dilapangan menunjukkan bahwa karyawan pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan ternyata masih ada yang menunjukkan sikap yang

¹⁰ Zulheri, (pimpinan Mini Market Sahabat Aidilia), *wawancara*, tanggal, 26 Mei 2010

tidak diharapkan. Berdasarkan hasil wawancara terhadap salah seorang pelanggan Mini Market Sahabat Aidilia bahwa adanya karyawan yang kurang ramah dalam melayani para pelanggan atau konsumen.¹¹

Dari hasil wawancara awal tersebut jelas terlihat bahwa Mini Market Sahabat Aidilia kurang memperhatikan sikap pelayanan yang diberikan kepada konsumen, kurangnya teknologi dan teknik perusahaan dalam memuaskan pelanggan. Ketidakpuasan pelanggan tersebut jika terus dibiarkan akan dapat mengakibatkan perusahaan kehilangan pelanggan. hal tersebut dapat berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan.

Islam mendorong penganutnya berjuang untuk mendapatkan materi atau harta dengan berbagai cara, asalkan mengikuti rambu-rambu yang telah ditetapkan. Untuk mengetahui lebih jelas tentang pelayanan yang ada pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan maka perlu diadakan penelitian agar dapat diketahui lebih jelas tentang pelayanan yang ada pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul: **“Penerapan Etika Pelayanan Pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi Guna Mencapai Profit Yang Maksimal Ditinjau Dari Ekonomi Islam.”**

¹¹ Ibu Nurbeti, (Pelanggan Mini Market Sahabat Aidilia,) *Wawancara*, tanggal, 20 Mei 2010

B. Batasan Masalah

Agar penelitian terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan maka perlu adanya pembatasan masalah yang diteliti, maka penulis membatasi masalah yaitu Bagaimana penerapan Etika Pelayanan Pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan Guna Mencapai Profit yang Maksimal Ditinjau dari Ekonomi Islam.

C. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana penerapan etika pelayanan pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan untuk mencapai profit yang maksimal?
- b. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap penerapan etika dalam pelayanan pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan untuk mencapai profit yang maksimal?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui bagaimana penerapan etika pelayanan pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan guna mencapai profit yang maksimal.
- b. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap penerapan etika dalam pelayanan pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan untuk mencapai profit yang maksimal.

2. Kegunaan penelitian

- a. Sebagai bahan kajian untuk memperdalam dan memperluas wawasan bagi penulis.
- b. Sebagai bahan masukan dan bahan informasi dalam penyusunan tugas akhir bagi penelitian selanjutnya.
- c. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada program SI pada Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada Mini Market Sahabat Aidilia yang beralamatkan di Jl. Imam Bonjol No. 10 Pasar Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi. Alasan memilih tempat tersebut, karena lokasi tersebut memudahkan penulis untuk mengumpulkan data yang diperlukan oleh penulis, dan juga karena mengingat keterbatasan waktu dan dana yang penulis miliki.

2. Subjek dan Objek penelitian

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan, karyawan atau paramuniaga, dan pelanggan sebagai pihak yang terkait didalam Mini Market Sahabat Aidilia. Sedangkan objek penelitiannya adalah penerapan etika pelayanan pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan Guna Mencapai Profit yang Maksimal.

3. Populasi dan sampel

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan, karyawan atau pramuniaga yang berjumlah 16 orang dan seluruh pelanggan Mini market Sahabat Aidilia yang mana jumlahnya tidak tetap, dikarenakan populasi begitu banyak, maka sampel diambil sebagian dari populasi yang bisa mewakili dari populasi. Maka penulis mengambil sampel dengan jumlah 100 orang pelanggan. menggunakan metode *Teknik Simple Random Sampling*.

4. Sumber Data

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian melalui Observasi, wawancara dan angket.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari pihak-pihak yang terkait, serta buku-buku atau kitab-kitab perpustakaan yang dapat membantu penelitian ini guna melengkapi data-data.

5. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi yaitu mengadakan pengamatan langsung dilapangan untuk mendapatkan gambaran nyata tentang kegiatan yang diteliti.
- b. Wawancara yaitu mengadakan tanya jawab langsung kepada pimpinan, karyawan dan pelanggan yang terkait dengan masalah yang diteliti.
- c. Angket yaitu mendapatkan data dengan cara menyebarkan sejumlah daftar pertanyaan kepada pelanggan atau konsumen sebanyak 100 orang.

- d. Dokumentasi yaitu dengan cara meneliti dokumen, arsip dan surat-surat yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

6. Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Deskriptif Kualitatif yaitu dengan cara mengumpulkan data, dikelompokkan lalu disusun dan dihubungkan dengan teori yang relevan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas untuk diambil suatu kesimpulan.

7. Metode Penulisan

- a. Deduktif yaitu dengan mengumpulkan kaidah-kaidah umum yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti, kemudian dianalisis dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Induktif, yaitu dengan mengumpulkan data atau masalah secara khusus, kemudian dianalisis dan diambil kesimpulan berdasarkan kaidah-kaidah umum yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.
- c. Deskriptif adalah menganalisa data melalui metode merumuskan, mengumpulkan, menguraikan dan menginterpretasikan berdasarkan telaah pustaka yang didapat dalam skripsi dan literatur sebagai referensi penelitian ini untuk kemudian ditarik sebuah kesimpulan.

F. Sistematika Penulisan

BAB I: Pendahuluan

Terdapat dari latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: Gambaran Umum Perusahaan

Dalam bab ini akan membahas tentang sejarah singkat tentang tumbuh dan berdirinya Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan, tugas dan struktur organisasinya, visi dan misi perusahaan, serta produk yang dijual.

BAB III: Tinjauan Umum Tentang Etika Pelayanan

Dalam bab ini akan dijelaskan yang berkaitan dengan teori yang ada hubungannya dengan permasalahan yang diteliti.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini penulis mengemukakan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi tentang, penerapan etika pelayanan pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan dan tinjauan Ekonomi Islam terhadap penerapan etika pelayanan untuk mencapai profit yang maksimal bagi perusahaan.

BAB V: Penutup

Bab ini merupakan penutup yang berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran-saran yang mungkin berguna bagi perusahaan untuk masa yang akan datang.

Daftar Pustaka

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan

Mini Market Sahabat Aidilia merupakan usaha perorangan bergerak dalam bidang penjualan barang-barang sehari-hari dan kebutuhan pokok lainnya. Pada awalnya Mini Market ini bernama Mini Market Aidilia, pemiliknya bernama Ibu Supriati, Mini Market ini berdiri dengan surat izin usaha perdagangan (SIUP) kecil dengan Nomor : 28/04-14/SIUP/VI/2004, dan surat izin tempat usaha Nomor: 71/EKBANG/SITU/2004.

Pada awalnya pendiriannya, usaha ini didorong oleh adanya peluang atau kesempatan (*Opportunity*) yang terbuka dengan semakin ramainya penduduk kota Teluk Kuantan baik penduduk asli maupun pendatang dari daerah lain. Adanya perubahan pola berbelanja masyarakat Teluk Kuantan yang sudah mulai jenuh berbelanja secara terus-menerus dipasar tradisional dan adanya keinginan mencoba pola berbelanja di pasar yang lebih modern (Mini Market) seperti dikota-kota besar lainnya, ikut menjadi faktor pendorong pendirian usaha ini.¹

Pemilik awal dari Mini Market ini adalah Ibu Supriati yang kemudian menyerahkan kepemilikan Mini Market ini pada Bapak Zulheri pada tahun 2009, kemudian Bapak Zulheri mengganti nama Mini Market ini menjadi Mini Market

¹ Zulheri (Pimpinan Mini market Sahabat Aidilia), *Wawancara*, Tanggal 08 Oktober 2010

Sahabat Aidilia, yang berlokasi di Jalan Imam Bonjol No. 10 Pasar Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi.²

B. Struktur Organisasi

Dalam melaksanakan kegiatan usaha tentu memerlukan adanya kerja sama yang baik untuk setiap unit kerja serta kordinasi diantara para karyawan. Hal ini dimaksudkan untuk menciptakan kinerja organisasi yang efektif dan efisien.

Pada suatu organisasi, pembagian tugas, penetapan kedudukan, pembatasan wewenang, dan kekuasaan sangat penting. Dengan demikian akan diketahui siapa yang bertanggung jawab dan kepada siapa harus dipertanggung jawabkan. Struktur organisasi perusahaan berbeda-beda, sesuai dengan kebutuhan perusahaan yang bersangkutan.

Struktur organisasi yang baik adalah organisasi yang memenuhi syarat sehat dan efisien, yang berarti tiap satuan organisasi dapat menjalankan peranannya masing-masing dan dapat mencapai perbandingan yang terbaik antara usaha dan jenis kerja. Sementara itu untuk dapat menyusun suatu organisasi yang baik diperlukan beberapa azas atau prinsip pokok organisasi, yaitu:

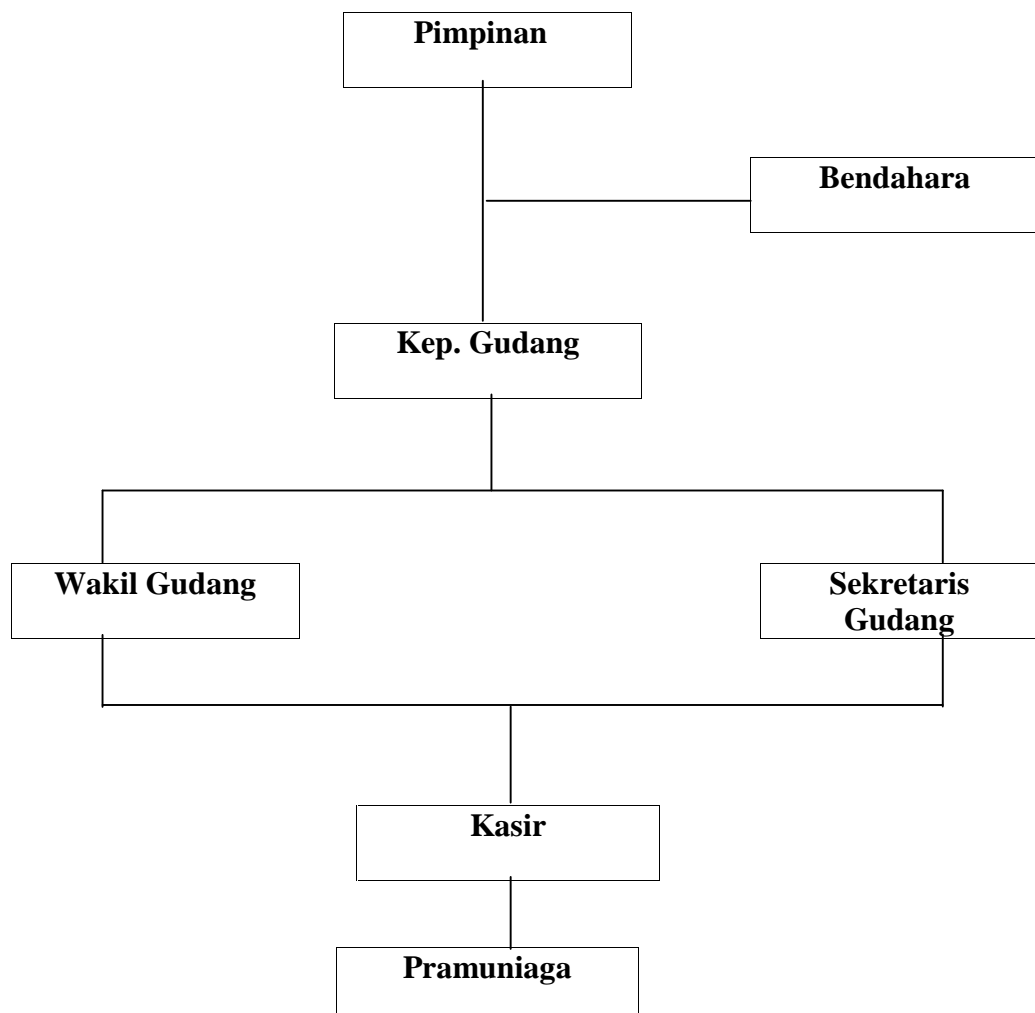
1. Perumusan tujuan organisasi yang jelas
2. Harus ada satuan komando
3. Harus ada pembagian tugas kerja yang baik, jelas dan tegas
4. Harus ada pelimpahan wewenang dan tanggung-jawab yang wajar
5. Harus ada tingkat pengawasan dan koordinasi.

² *Ibid*

Mini market Sahabat Aidilia menggunakan struktur organisasi garis dan fungsional. Untuk lebih jelas mengenai struktur organisasi perusahaan pada mini market sahabat Aidilia Teluk Kuantan dapat dilihat pada bagan berikut ini:

Bagan II. 1

Struktur Organisasi Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan



Sumber: Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan

C. Tugas dan Tangung Jawab Setiap Bagian

1. Pimpinan

Bertindak sebagai pimpinan tertinggi dalam perusahaan, yang bertanggung jawab atas seluruh aktivitas usaha, pimpinan bertugas menentukan arah kebijakan umum sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Adapun tugas dari pimpinan yaitu:

- 1) Kontrol terhadap barang yang dijual.
- 2) Kontrol karyawan toko.
- 3) Kontrol inventaris perusahaan.
- 4) Kontrol kebersihan toko, lampu dan rak.
- 5) Kontrol gudang.
- 6) Kontrol display barang.
- 7) Kontrol kasir dan mesin register.
- 8) Kontrol penerimaan barang.
- 9) Kontrol faktur, PO, harga jual, label harga.
- 10) Kontrol target penjualan dan realisasi penjualan.
- 11) Kontrol kualitas dan persediaan barang.
- 12) Kontrol order mingguan atau bulanan.
- 13) Kontrol omzet (setoran kasir).
- 14) Kontrol BS (*Broken Stock*) dan barang cacat.

2. Bendahara

Bendahara bertindak sebagai penanggung jawab laporan keuangan perusahaan. Adapun tugas dan tanggung jawab bendahara keuangan adalah:

- 1) Mengatur administrasi keuangan.

- 2) Membuat laporan keuangan.
- 3) Membuat laporan pertanggung jawaban keuangan.
- 4) Memberikan data atau informasi kepada pimpinan mengenai kebutuhan dana guna keperluan operasional perusahaan sehubungan dengan kegiatan sehari-hari.
- 5) Mengawasi dan bertanggung jawab atas biaya yang dikeluarkan agar dapat dipergunakan secara optimal dan sesuai dengan tujuan serta tidak melebihi anggaran yang telah ditetapkan.

3. Kepala Gudang

Bertindak sebagai penanggung jawab persediaan barang. Adapun tugas dan tanggung jawab kepala Gudang adalah:

- 1) Kepala gudang mengawasi wakil kepala gudang dan sekretaris gudang dalam pengelolaan persediaan barang.
- 2) Mengontrol barang masuk berdasarkan pesanan dan barang keluar yang dijual kepada konsumen.

4. Wakil Gudang

Adapun tugas dan tanggung jawab Wakil Gudang adalah:

- 1) Cek PO dan faktur.
- 2) Cek penerimaan barang yang meliputi kualitas, kuantitas, dan tanggal kadaluarsanya.
- 3) Mengatur jumlah barang yang akan dipajang dan yang akan di stock di gudang.
- 4) Mengatur grouping dan penyusunan barang di gudang.

- 5) Mengeluarkan barang dari gudang ke toko jika barang sudah terjual.
- 6) Mengamankan barang dan menjaga kebersihan gudang.

5. Sekretaris Gudang

Adapun tugas dan tanggung jawab sekretaris Gudang adalah:

- 1) Bertugas mencatat semua persediaan barang, baik barang yang masuk ataupun barang yang sudah terjual .
- 2) Membuat laporan inventory setiap bulan.

Seluruh persediaan barang yang ada di area penjualan dan digudang dan barang yang masuk dan barang yang keluar serta berapa besar barang yang terjual harus direkap dan dicatat setiap akhir bulan dan dijadikan sebagai laporan inventory bulanan.

6. Kasir

Adapun tugas dan tanggung jawab kasir adalah:

- 1) Bertanggung jawab penuh terhadap mesin register pada saat operasional toko.
- 2) Mempelajari jenis-jenis barang dan kode barang yang akan dijual.
- 3) Disiplin dan selalu bekerja sama dengan sesama karyawan.
- 4) Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

7. Pramuniaga

Adapun tugas dan tanggung jawab pramuniaga adalah:

- 1) Memeriksa barang yang sudah kosong digondola (rak)
- 2) Menyusun dan merapikan barang
- 3) Memajang barang menurut jenisnya.

- 4) Memeriksa dan mengontrol barang yang masuk.
- 5) Mempelajari dan mengenali barang
- 6) Mempelajari barang yang fast moving dan slow moving.
- 7) Memberi service terbaik kepada pelanggan.
- 8) Menjaga kebersihan pajangan dan area penjualan

D. Visi dan Misi Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan

Dalam rangka menciptakan usaha yang bonafit atau menguntungkan bagi perkembangan perusahaan dimasa yang datang, maka perusahaan telah menetapkan misi dan tujuan perusahaan yang jelas. Adapun misi perusahaan ini adalah berusaha memenuhi kebutuhan konsumen dan melayani konsumen secara langsung serta membantu pemerintah membuka lapangan kerja baru dalam rangka mengurangi pengangguran. Sedangkan tujuan perusahaan ini adalah berbisnis yaitu berusaha mencari keuntungan yang sebesar-besarnya dengan tetap mengutamakan kepuasan konsumen.³

E. Produk yang dijual pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan

³ *Ibid*

Adapun produk yang dijual pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan antara lain dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel II. 1

Produk yang dijual pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan

No	Nama barang
1	<i>Snack</i> (Makanan Ringan) ➤ Chiki, Taro, Kue kering, kacang goreng, dan lain-lain
2	<i>Soft Drink</i> (Minuman Ringan) ➤ Aqua, Fanta, teh botol, dan lain-lain
3	<i>Cake mixed & Decoration</i> (campuran dan penghias kue) ➤ Agar-agar, pengembang kue, pewarna kue
4	<i>Biscuit & Cookies</i> ➤ Khong Guan, Roma, dan lain-lain
5	Kue basah ➤ Lemper, Lumpia, dan lain-lain
6	<i>Confectionery</i> (gula-gula dan coklat) ➤ Permen, coklat, dan lain-lain
7	<i>Spices & Condiment</i> (bumbu-bumbu dapur) ➤ Kecap, sambal, saus tomat, merica, dan lain-lain
8	<i>Breakfast food & drink</i> (makanan dan minuman sarapan pagi) ➤ The, kopi, sereal, selai , dan lain-lain
9	<i>Milk</i> (susu) ➤ Instant milk, susu kental manis, susu coklat, dan lain-lain
10	<i>Baby Food</i> (makanan bayi) ➤ Promina, nutricia, dan lain-lain
11	Selai dan madu
12	<i>Cooking Needs</i> (kebutuhan masak) ➤ Beras, gula, tepung , dan lain-lain
13	<i>Noodle, Soup</i> (mie instant dan sup) ➤ Supermie, indomie, sedaap mie, makaroni, dan lain-lain
14	Sarden, Comed beef, dan lain-lain
15	<i>Canned Fruits & Bottle</i> (buah dalam kaleng dan botol) ➤ Delmonte
16	Keju, Mentega, Margarin, Youghort, Es Krim, dan lain-lain

17	Rokok, dan lain-lain
18	Obat-obatan ➤ Obat batuk, pilek, penurun panas, jamu, dan lain-lain
19	Alat-alat kecantikan & perlengkapan mandi ➤ Shampoo, sabun mandi, pasta gigi, parfum, cologne, lotion, dan lain-lain
20	Aneka tissue ➤ Tissue makan, tissue pembersih, pembalut wanita, dan lain-lain
21	Alat tulis kantor ➤ Kertas Hvs, lat tulis, pena, pensil, dan lain-lain
22	Elektronik & senter ➤ Batu batrai, senter, lilin, dan lain-lain

Sumber: Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan

BAB III

TINJAUAN TEORITIS

A. Pengertian Etika Pelayanan

1. Pengertian Etika

Etika atau *ethics* berasal dari kata Yunani yaitu *ethos* artinya kebiasaan. Ia membicarakan tentang kebiasaan (perbuatan), tetapi bukan menurut arti tata adat, melainkan tata adab, yaitu berdasarkan kepada intisari atau sifat dasar manusia mengenai baik dan buruk, jadi dengan demikian etika adalah teori tentang perbuatan manusia ditimbang menurut baik buruk.¹

Etika juga dapat diartikan serangkaian tindakan berdasarkan kebiasaan yang mengarah kepada perbuatan benar atau salah. Sebagai penjual jasa, masyarakat membutuhkan pelayanan dan perlakuan yang menyejukkan hati mereka melalui sikap ramah dan sopan para karyawan. Sedangkan etika berarti kesantunan yaitu sikap bathin, prinsip hidup, pandangan moral serta bisikan hatinurani.²

Adapun ketentuan yang diatur dalam etiket secara umum antara lain: sikap dan perilaku, penampilan, cara berpakaian, cara berbicara, gerak gerik, cara bertanya, dan lain-lain.³ Adapun sikap dan perilaku yang terpuji (*mahmudah*)

¹ Mudlar Ahmad, *Etika Dalam Islam*, (Semarang: Ikhlas, th), Cet. Ke-1, h. 15

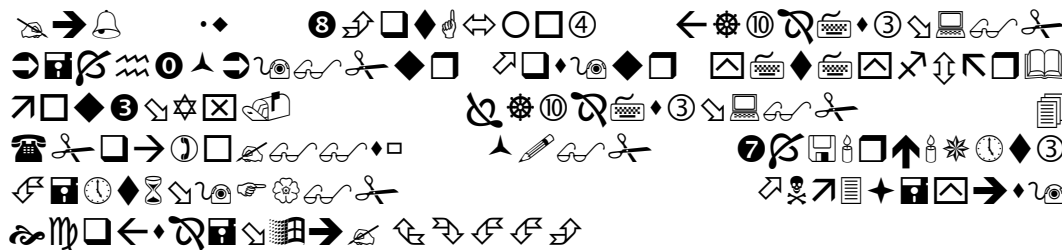
² Kasmir, *Op.cit.*, h. 79

³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 186

antara lain: berlaku jujur (*al-amanah*), memelihara diri (*al-iffah*), perlakuan baik (*ihsan*), kebenaran ('*adl*), keberanian (*syaja'ah*), dan malu (*haya'*).⁴

Dasar Hukum Etika

Bahwa manusia mengerti akan apa yang baik dan apa yang buruk, bahwa ia dapat membedakan antara kedua pengertian itu dan selanjutnya mengamalkannya, adalah suatu kenyataan yang tidak bisa dibantah. Pengertian itu tidak dicapainya melalui pengalaman, akan tetapi telah ada padanya bahkan sebelum ia mengalaminya, yaitu sejak ia masih berada dalam kandungan Ibu. Pada ketika itu Allah lalu memberikan pengertian tersebut kepadanya. Jadi pengertian baik buruk merupakan tanggapan pembawaan manusia. Dan ia telah ada secara *apriori* (pendapat yang tidak perlu dibantah lagi) pada diri manusia. Dan hal ini dijelaskan dalam Al-Quran dengan dasar hukumnya:



Artinya: "Katakanlah: "Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, Maka bertakwalah kepada Allah Hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan." (QS. Al-Maidah: 100)⁵

2. Pengertian Pelayanan

⁴ Sudarsono, *Etika Islam Tentang Kenakalan Remaja*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), cet. Ke-3, h. 40-41

⁵ Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, , *Op.cit.*, h. 179

Sampara (dalam LP. Sinambela) menyatakan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Sementara dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan sebagai hal, cara, atau hasil pekerjaan melayani. Sedangkan melayani adalah menyugahi (orang) dengan makanan, minuman, menyediakan keperluan orang, mengiyakan, menerima dan menggunakan.⁶

Moenir mengemukakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan, agar hasil akhir memuaskan pada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.⁷

Berdasarkan beberapa teori di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan atau proses yang berlangsung secara berkesinambungan atau terus menerus dalam interaksi antara seseorang dengan orang lain dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Dalam rangka menjaga dan meningkatkan kepercayaan pelanggan, setiap pengusaha perlu menjaga citra positif produk dan perusahaan di mata pelanggannya atau masyarakat umumnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan jaminan keamanan. Tanpa citra yang positif, kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif.

⁶ Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik*, (Jakarta: Bumi Aksara. 2007), h. 5

⁷ Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 27

Menurut Kasmir bahwa untuk meningkatkan citra perusahaan, wirausahawan perlu menyiapkan sumber daya manusia (karyawan) yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan pelanggan kita sebut *customer service* (CS) atau ada juga yang menyebutnya *service assistance* (SA).⁸

Berdasarkan pendapat di atas, dapat dijelaskan bahwa pelayanan sangat memegang peranan penting dalam membangun citra positif bagi sebuah perusahaan khususnya yang berkaitan dengan pelayanan jasa. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka akan memberikan dampak positif bagi kemajuan perusahaan itu sendiri.

Sebagaimana dikemukakan oleh Kotler bahwa ada enam pendekatan untuk meningkatkan pelayanan yakni sebagai berikut:⁹

- 1) Mengharuskan para penyedia jasa bekerja lebih keras dengan keaslian yang lebih tinggi. Bekerja lebih keras bukanlah merupakan pemecahan yang tepat, tetapi bekerja dengan keaslian yang tinggi, yang dapat dilakukan melalui prosedur, seleksi dan pelatihan yang baik.
- 2) Meningkatkan pelayanan dengan melepaskan beberapa mutu.
- 3) Mengindustrialisasikan pelayanan dengan menambahkan peralatan dan melakukan standarisasi produksi.
- 4) Mengurangi pelayanan dengan melakukan suatu pemecahan produk.
- 5) Mendisain pelayanan yang lebih efektif.

⁸ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Bumi Aksara. 2008), h. 275

⁹ Philip Kotler, *Op.cit.*, h. 50

- 6) Memberikan konsumen insentif dengan menukarkan pekerjaan yang biasa dilakukan oleh karyawan perusahaan untuk dikerjakan sendiri.

Untuk menarik langganan dan mempertahankan langganan lama, suatu perusahaan harus mengadakan pelayanan dengan baik dan teratur. Hal tersebut perlu dilakukan oleh suatu perusahaan, karena sikap pelanggan adalah dinamis jika ia menyukai barang atau jasa dari suatu perusahaan dan berhak menentukan pilihan yang cocok bagi mereka. Budaya pelayanan yang harus dikembangkan dalam setiap organisasi harus meliputi dua tingkatan, yaitu:¹⁰

- 1) Pelayanan yang harus diperhatikan.

Kehandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*),
Jaminan (*Assurance*) , Empati (*empathy*), Bukti fisik (*tangibles*).

- 2) Nilai-nilai dasar yang harus dimiliki setiap anggota

- a. Nilai kejujuran (*Honesty*), hal ini tidak terbatas kebenaran dalam melakukan tugas, tetapi mencakup cara terbaik dalam melakukan bisnis
- b. Tanggap atau hormat (*Respect*), rasa hormat dibutuhkan dalam interaksi diantara stock holder (konsumen, karyawan, pemasok, dan dengan mitra bisnis).
- c. Nilai kegembiraan (*Happiness*), ini harus dimiliki oleh para pegawai dengan harapan kegembiraan yang dimiliki para pegawai tersebut akan menimbulkan pelayanan yang memuaskan.

¹⁰ Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja Perbankan*, (Jakarta: LP3ES, 2006), cet. ke-1, h. 148-151

- d. Nilai kerjasama (*Teamwork*), merupakan aktivitas yang bertujuan untuk membangun kekuatan-kekuatan atau sumber daya yang dimiliki oleh masing-masing anggota.
- e. Nilai kemauan (*Willingness*), disini menunjuk kepada kemauan dan kerelaan untuk melakukan tugas dan tanggung jawab dalam kerangka pemikiran untuk memuaskan konsumen.

1. Dasar-dasar pelayanan

Suatu pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap karyawan telah dibekali dasar-dasar pelayanan. Berikut ini akan dijelaskan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang karyawan. Yaitu:

- 1) Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih.

Disini karyawan harus mengenakan busana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik dan juga harus berpakaian necis tidak kumal, terkesan pakaian yang digunakan benar-benar memikat konsumen. Gunakan pakaian seragam jika petugas telah diberikan pakaian seragam sesuai waktu yang telah ditetapkan.

- 2) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum.

Karyawan harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabah karyawan haruslah murah senyum dengan raut muka yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.

- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal. Pada saat nasabah atau pelanggan datang karyawan

harus segera menyapa dan kalau sudah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan Bapak/Ibu, apa yang dapat kami Bantu.

- 4) Tenang, sopan, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.

Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap menghormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumen.

- 5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.

Dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula. suara yang digunakan harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh nasabah.

- 6) Jangan menyela atau memotong pembicaraan.

Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarkan kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah. Kalau terjadi sesuatu usahakan jangan berdebat.

- 7) Mampu menyakinkan pelanggan atau nasabah serta memberikan kepuasan. Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu menyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal.

- 8) Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan. Artinya jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh karyawan, maka harus meminta bantuan kepada petugas lain yang mampu.

Adapun larangan dalam memberikan pelayanan secara umum dilakukan oleh berbagai perusahaan antara lain:¹¹

- 1) Dilarang berpakaian sembarangan.
- 2) Dilarang melayani konsumen atau tamu sambil makan.
- 3) Dilarang melayani konsumen atau tamu sambil mengobrol.
- 4) Dilarang menampakkan wajah yang tidak menyenangkan.
- 5) Dilarang berdebat atau menyanggah.
- 6) Dilarang meninggalkan nasabah.
- 7) Dilarang berbicara terlalu keras atau lemah.
- 8) Dilarang keras meminta imbalan atau janji-janji.

2. Kualitas pelayanan

Budaya adalah segala nilai, pemikiran, serta simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan serta kebiasaan seseorang dalam masyarakat.¹² Pencipta budaya adalah seorang pemimpin, setiap pemimpin mempunyai visi dan misi tertentu yang kemudian disebarkan pada karyawan. Seorang pemimpin memberi contoh, kemudian diikuti oleh

¹¹ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Bumi Aksara. 2008), h., 56

¹² Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), cet.1, h. 59

bawahan. Akhirnya kebiasaan-kebiasaan itu akan menjadi budaya jika semua mempraktekannya baik pimpinan dan bawahannya.¹³

Pelayanan itu terbaik tidak terlepas dari faktor kepribadian seorang pemimpin sangat menentukan dalam menciptakan suasana yang lebih cair. Ia akan menciptakan pola kerja yang keras, tetapi dalam suasana yang cair, itulah suasana yang dibudayakan pada saat ini. Hal seperti ini akan menciptakan seorang karyawan yang bekerja keras luar biasa, namun dengan suasana yang cair, dan happy, bukan dalam suasana yang menakutkan dan mencekam.¹⁴ Jika perusahaan ingin selalu dianggap yang terbaik di mata pelanggannya, perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik. Pelayanan yang baik ini harus dapat dipenuhi oleh perusahaan sehingga keinginan pelanggan dapat diberikan secara maksimal.

Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan pelayanan yang sistematis dan komprehensif yang lebih dikenal dengan konsep pelayanan prima. LP. Sinambela mengemukakan bahwa secara teoritis, tujuan dari pelayanan pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. Untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari :

1. *Transparansi*, yakni pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
2. *Akuntabilitas*, yakni pelayanan yang dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

¹³ *Ibid*

¹⁴ *Ibid*

3. *Kondisional*, yakni pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.
4. *Partisipatif*, yaitu pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam menyelenggarakan pelayanan _ltern dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat.
5. Kesamaan hak, yaitu pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, status sosial, dan lain-lain.
6. Keseimbangan hak dan kewajiban, yaitu pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan.¹⁵

Selain peningkatan kualitas pelayanan melalui pelayanan prima, pelayanan yang berkualitas juga dapat dilakukan dengan konsep “ layanan sepenuh hati”. Layanan sepenuh hati ini yakni yang berasal dari diri sendiri yang mencerminkan emosi, watak, keyakinan, nilai, sudut pandang, dan perasaan.

Dalam melakukan bisnis perlu adanya rambu-rambu yang ditegakkan secara jelas dan mengikat semua pelaku bisnis produsen, distributor dan konsumen. Semua ini ditujukan agar nilai kemanusiaan bisa menjadi _ltern yang terintegrasi dalam praktek ekonomi sehari-hari. Rambu itu adalah etika

¹⁵ Sinambela, *Op. Cit*, h.. 6

bisnis yang berisi aturan untuk dipatuhi oleh para pelaku bisnis agar tercipta keserasian dan ketentraman dalam menjalankan peranan masing-masing.¹⁶

Parasuraman, Zeithhaml, dan Beryy (1985) dalam Fandy Tjiptono mengungkapkan lima faktor Internal atau penentu mutu pelayanan jasa, yang pada akhirnya menjadi penentu tingkat kepuasan yakni sebagai berikut.

- a. Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama sekali.
- b. Daya tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
- c. Jaminan (*Assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
- d. Empati (*empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. .
- e. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.¹⁷

¹⁶ Muhandis Natadiwirya, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta : Granada Press, 2007), h. 66

¹⁷ Fandy Tjiptono, *Op. Cit*, h. 95

Berdasarkan pendapat yang dipaparkan sebelumnya, maka dapat dijelaskan bahwa suatu organisasi perlu memperhatikan kualitas pelayanan demi kemajuannya. Bagaimana mungkin organisasi atau perusahaan dapat menarik pelanggan bila mereka tidak memberikan pelayanan yang prima terhadap pelanggannya.

Memotivasi merupakan suatu hal yang pokok dan menjadi dorongan seseorang untuk bekerja. Pemberian motivasi adalah agar timbul kesadaran diri. Inilah yang perlu dilakukan oleh pemimpin untuk menumbuhkan kesadaran diri pada karyawan bahwa bekerja merupakan kebutuhan. Jika karyawan berpikir bahwa bekerja merupakan suatu kebutuhan maka akan timbul hal-hal berikut:

- a. Memotivasi untuk meningkatkan etos dan kualitas kerja, dan meningkatkan minat karyawan untuk terus mengembangkan dirinya. Maka akan timbul suasana berlomba-lomba mengembangkan perusahaan.
- b. Seorang pemimpin juga harus memotivasi unsur pengetahuan dan keterampilan karyawan. Perlu adanya program sekolah atau mengikuti pendidikan bagi karyawan. Dan programnya harus jelas dan semua karyawan berhak untuk mendapatkan program ini.
- c. Seorang pemimpin perlu memotivasi karyawannya dalam unsur ibadahnya, kegiatan ibadah karyawan perlu mendapat prioritas utama, sehingga dalam pekerja tumbuh kesadaran bahwa seorang karyawan itu bekerja tidak terlepas dari pengawasan Allah SWT.

- d. Seorang pemimpin perlu memotivasi kejujuran. Untuk menumbuhkan sikap jujur, karyawan harus diyakinkan bahwa dengan kejujuran, bisnis akan lebih mudah. Dengan kejujuran, bisnis jauh lebih sehat dan lebih baik.¹⁸

Pemimpin sebuah perusahaan atau bisnis tentu mestinya memberikan motivasi yang kuat pada karyawan dengan menanamkan nilai-nilai keagamaan, memberikan prioritas bagi karyawan untuk beribadah, menanamkan kejujuran dalam menjalankan bisnis. Seorang pengusaha harus jujur dalam menjalankan usahanya dan memberikan layanan yang maksimal pada pelanggan dan perhatian yang baik pula terhadap para karyawan.

3. Pengertian Etika Pelayanan

Etika pelayanan untuk berbagai kegiatan perlu ada ketentuan yang mengaturnya. Ketentuan ini dibuat agar semua komponen yang berhubungan dengan pelayanan dapat menunjang satu sama lainnya. Artinya apabila salah satu aspek diabaikan, pelayanan dari komponen lainya menjadi tidak berguna. Misalnya pelanggan atau konsumen tersinggung dengan cara karyawan bertanya atau gerak gerik karyawan kurang jelas dari cara berbicara atau berpenampilan. Oleh karena itu, etiket pelayanan ini harus dilakukan oleh semua komponen agar pelayanan yang diberikan benar-benar sempurna.

Adapun ketentuan yang diatur dalam etika secara umum sebagai berikut: ¹⁹

1. Sikap dan perilaku

¹⁸ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Op.cit*, h. 133-134

¹⁹ Kasmir, *Op.cit*, h. 78-80

Sikap dan perilaku merupakan bagian penting dalam etika pelayanan. Dalam praktiknya sikap dan perilaku harus menunjukkan kepribadian seseorang dan citra perusahaan. Sikap dan perilaku yang baik yang harus ditunjukkan seluruh karyawan terutama karyawan di *customer service*, *teller*/ kasir, pramuniaga, *public relation*. Pengaruh sikap dan perilaku karyawan dalam melayani pelanggan atau konsumen sangat besar guna memberikan kepuasan kepada pelanggan. Positifnya sikap dan perilaku yang baik akan dapat mempertahankan jumlah nasabah lama dan dapat terus meningkatkan jumlah nasabah baru. Negatifnya apabila perilaku karyawan tidak disukai oleh nasabah, nasabah lama akan segera beralih ke perusahaan pesaing dan sulit untuk memperoleh nasabah yang baru.

2. Penampilan

Arti penampilan secara keseluruhan adalah mulai dari cara berpakaian, berbicara, gerak gerik, sikap dan perilaku dapat membuat nasabah terkesan. Penampilan karyawan juga harus selalu terlihat senang dan gembira termasuk pada saat berhubungan dengan nasabah,. Penampilan ini harus selalu dijaga selama jam kerja secara prima.

3. Cara berpakaian

Cara berpakaian artinya cara menggunakan baju, celana, atau aksesoris yang melekat pada pakaian itu. Pakaian yang dikenakan harus serasi antara baju, dan celana termasuk warna yang digunakan. Warna yang digunakan tidak terkesan berlebihan. Kemudian pakaian yang

digunakan juga harus rapi, bersih, sehingga nasabah selalu senang berada dekat dengannya.

4. Cara berbicara

Cara berbicara artinya cara kita berkomunikasi dengan nasabah. Hal ini penting karena karyawan langsung berbicara tentang apa-apa yang diinginkan nasabah, berbicara kepada nasabah harus jelas, singkat dan tidak bertele-tele. Hindari berbicara yang bersifat mengejek nasabah.

5. Gerak- Gerik

Gerak gerik meliputi mimik wajah, pandangan mata, pergerakan tangan, anggota badan atau kaki. Jangan sampai gerak gerik yang kita lakukan dapat mengakibatkan nasabah tersinggung. Kemudian gerak gerik kita juga jangan sampai membuat nasabah merasa dicurigai, misalnya memandang dengan pandangan sinis.

6. Cara bertanya

Dalam praktiknya nasabah memiliki sifat yang berbeda-beda diantara sekian banyak nasabah, ada yang banyak diam, adapula yang cerewet atau banyak tanya. Bagi nasabah yang pendiam, karyawanlah yang berinisiatif untuk bertanya atau memulai setiap pembicaraan. Karyawan harus kreatif untuk berbicara sehingga membuat nasabah mau berbicara. Kemudian, bagi nasabah yang banyak tanya, karyawan

sebaiknya banyak mendengarkan dengan baik, dan menjawab dengan baik pula.

B. Etika Pelayanan Dalam Islam

Pelayanan menurut *Ensiklopedi Islam* adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah agar suatu pelayanan disuatu perusahaan lebih terarah maka pihak perusahaan harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran Islam. Dimana Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen dengan merasakan kepuasan secara maksimum.²⁰

Dalam memberikan pelayanan terhadap konsumennya setiap karyawan harus berlaku *ihsan*, yang artinya karyawan harus bisa memberikan pelayanan yang baik, cepat, optimal dan tuntas kepada konsumennya, sehingga konsumen tersebut merasa senang dan bahagia dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan tersebut.

Sikap melayani adalah salah satu prinsip bisnis Islami. Rasulullah mengatakan, ” *Saidul kaum khalimuhum* (pengurus atau pengusaha itu adalah pelayan bagi customernya).” Karena itu, sikap murah hati, ramah, dan sikap melayani merstilah menjadi bagian dari kepribadian semua karyawan dalam bekerja.²¹

Baik Al-Quran maupun hadist telah memberikan resep tetentu dalam masalah tatakrma dan merekomendasikannya untuk kebaikan perilaku dalam

²⁰ Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syariah*, (Jakarta: PT: Gramedia Pustaka, 1999), cet. Ke-1, h. 96

²¹ *Ibid*, h. 591

masalah bisnis. Seorang pelaku bisnis muslim diharuskan untuk berperilaku dalam bisnis mereka sesuai yang dianjurkan Al-Quran dan sunnah. Sopan santun adalah fondasi dasar dan inti dari kabaikan tingkah laku, dan ia juga merupakan dasar dari jiwa melayani (servis) dalam bisnis. Sifat ini sangat dihargai dengan nilai yang tinggi, dan bahkan mencakup semua sisi hidup manusia.²²

Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan, peduli untuk melayani orang lain, dan bersahabat dengan mitra bisnisnya. Rasulullah telah mengkategorikan bahwa orang yang beriman adalah orang yang senantiasa bersahabat dengan orang lain dan orang lainpun mudah bersahabat dengannya, dalam salah satu hadist, Rasulullah bersabda, ” *Semoga Allah memberikan rahmat-Nya kepada orang yang murah hati/ sopan pada saat menjual, membeli, atau saat dia menuntut haknya.* ”²³

Al-Quran telah memerintahkan dengan perintah yang sangat ekspresif agar kaum muslimin bersifat lembut dan sopan manakala dia berbicara dengan orang lain. Pada suatu ketika Rasulullah merasa sangat bangga dengan derma dalam bentuk harta, namun pada suatu saat yang lain beliau juga mengatakan, ”*sebaik-baik derma adalah dermanya lidah*”, kita juga diperintahkan untuk berlaku adil dan ramah dalam semua bentuk pergaulan sebagaimana diperintahkan untuk menghindari segala tindakan sekiranya akan menyulitkan orang lain. Kedua hal terakhir yang dijelaskan dalam Al-Quran, merupakan bagian dari servis dalam

²² Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and General)*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), h. 747

²³ *Ibid*

dunia bisnis. Melayani dari kesulitan bahkan membebaskannya sama sekali. Itulah konsep servis (pelayanan) dalam muamalah Islami.²⁴

Etika bisnis Nabi Muhammad SAW adalah nilai spiritual, humanisme, kejujuran keseimbangan, dan semangatnya untuk memuaskan mitra bisnisnya. Nilai-nilai di atas telah melandasi tingkah laku dan sangat melekat serta menjadi ciri kepribadian sebagai Manajer profesional. Implementasi bisnis yang ia lakukan berporos pada nilai-nilai tauhid yang diyakininya. Secara prinsip, ia telah menjadikan empat pilar berikut ini sebagai dasar transaksi ekonominya.²⁵

1. Tauhid.

Sistem etika Islam, yang meliputi kehidupan manusia di bumi secara keseluruhan, selalu tercermin dalam konsep tauhid yang dalam pengertian absolut, hanya berhubungan dengan Tuhan. Umat manusia tak lain adalah wadah kebenaran, dan harus memantulkan cahaya kemuliaannya dalam semua manifestasi duniawi.

Dalam pengertian yang lebih dalam, konsep tauhid merupakan dimensi vertikal Islam. Tauhid memadukan di sepanjang garis vertikal segi politik, ekonomi, sosial, dan agama dari kehidupan manusia menjadi suatu kebulatan yang homogen dan konsisten. Tauhid rububiyah merupakan keyakinan bahwa semua yang ada dialami ini adalah memiliki dan dikuasai oleh Allah SWT. Tauhid uluhiyyah menyatakan aturan darinya dalam menjalankan kehidupan. Yang diterapkan Nabi Muhammad SAW dalam kegiatan ekonomi, bahwa setiap harta (aset) dalam transaksi bisnis hakekatnya milik Allah SWT. Pelaku ekonomi

²⁴ *Ibid*, h. 748

²⁵ <http://agustianto.niriah.com> diakses 13 Februari 2011

(manusia) hanya mendapatkan amanah mengelola (istikhlaf), dan oleh karenanya seluruh aset dan anasir transaksi harus dikelola sesuai dengan ketentuan pemilik yang hakiki, yaitu Allah SWT. Kepeloporan Nabi Muhammad SAW. Dalam meninggalkan praktik riba, transaksi fiktif (gharar), perjudian dan spekulasi (Maysir) dan komoditi haram adalah wujud dari keyakinan tauhid ini.

2. Keseimbangan (Adil)

Pandangan Islam mengenai kehidupan berasal dari suatu persepsi Ilahi mengenai keharmonisan alam. Keseimbangan atau keharmonisan sosial, melainkan suatu sifat dinamis yang mengarahkan kekuatan hebat menentang segenap ketidakadilan. Keseimbangan juga harus terwujud dalam kehidupan ekonomi. Sungguh, dalam segala jenis bisnis yang dijalannya, Nabi Muhammad SAW, menjadikan nilai adil sebagai standard utama. Kedudukan dan tanggung jawab para pelaku bisa ia bangun melalui prinsip “akad yang saling setuju”. Ia meninggalkan tradisi riba dan memasyarakatkan kontrak mudharabah (100% project financing) atau kontrak musyarakah (*equity participation*), karena sistem “*Profit and lost sharing system*”.

3. Kehendak Bebas.

Ialah satu kontribusi Islam yang paling orisinil dalam filsafat sosial adalah konsep mengenai manusia ‘bebas’. Hanya Tuhanlah yang mutlak bebas, tetapi dalam batas-batas skema penciptaan-Nya manusia juga secara bebas. Prinsip kebebasan ini pun mengalir dalam ekonomi Islam Prinsip transaksi ekonomi yang menyatakan asas hukum ekonomi adalah halal, seolah mempersilahkan para pelakunya melaksanakan kegiatan ekonomi sesuai yang diinginkan,

menumpahkan kreativitas, modifikasi dan ekspansi seluas sebesar-besarnya, bahkan transaksi bisnis dapat dilakukan dengan siapa pun secara lintas agama. Dalam kaitan ini, kita memperoleh pelajaran yang begitu banyak dari Nabi Muhammad SAW, termasuk skema kerja sama bisnis yang dieksplorasi Nabi Muhammad SAW. Di luar praktek ribawi yang dianut masyarakat masa itu. Model-model usaha tersebut antara lain, mudharabah, musyrakah, murabahah, 'ijarah, wakalah, salam, istishna, dan lain-lain.

4. Pertanggungjawaban.

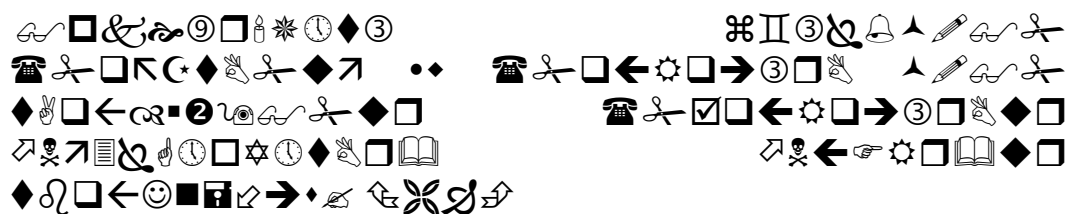
Selanjutnya, Nabi Muhammad SAW mewariskan pula pilar tanggung jawab dalam kerangka dasar etika bisnisnya. Kebebasan harus diimbangi dengan pertanggung jawaban manusia, setelah menentukan daya pilih antara yang baik dan buruk, harus menjalani konsekuensi logisnya, karena keuniversalan sifat al-'adl, maka setiap individu harus mempertanggungjawabkan tindakannya. Tak seorang pun dapat lolos dari konsekuensi perbuatan jahatnya. Manusia akan mendapatkan sesuai dengan apa yang diusahakannya.

Wujud dari etika ini adalah terbangunnya transaksi yang fair dan bertanggung sjawab. Nabi menunjukkan integritas yang tinggi dalam memenuhi segenap klausul kontraknya dengan pihak lain seperti dalam hal pelayanan kepada pembeli, pengiriman barang secara tepat waktu, dan kualitas barang yang dikirim. Di samping itu, beliau pun kerap mengaitkan suatu proses ekonomi dengan pengaruhnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Untuk itu, Ia melarang diperjualbelikannya produk-produk tertentu (yang dapat merusak masyarakat dan lingkungan).

Kesuksesan Nabi Muhammad SAW dalam berbisnis dilandasi oleh dua hal pokok, yaitu kepribadian yang amanah dan terpercaya serta pengetahuan dan keterampilan yang mumpuni. Kedua hal tadi merupakan pesan akhlak yang bersifat universal yang uraiannya antara lain sebagai berikut:

1) *Shiddiq*

Islam sangat menghargai kejujuran dan melarang sikap khianat. Oleh sebab itu seorang muslim yang menjadi pelaku bisnis hendaknya taat pada janji dan amanat. Dilarang berkhianat kepada siapapun, termasuk pelanggan atau konsumen.²⁶ Sebagaimana firman Allah SWT.



Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasulnya (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”*. (QS. Al-Anfal : 27)²⁷

Larangan berdusta, menipu, mengurangi takaran timbangan, dan mempermainkan kualitas, akan menyebabkan kerugian yang sesungguhnya, baik didunia maupun di akhirat nanti.

Dalam dunia kerja dan usaha, kejujuran ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan (mujahadah dan itqan), baik ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan

²⁶ Muhandis Natadiwirya, *Op.cit.*, h.. 59-60

²⁷ Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, *Op.cit.*,h. 264

kekurangan (tidak ditutup-tutupi), untuk kemudian di perbaiki secara terus menerus, serta menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu.²⁸

2) Bersikap *adl*

Prinsip-prinsip umum yang berlaku pada semua transaksi termasuk prinsip mengenai keadilan atau *adl*, Memperlakukan pembeli dengan adil merupakan perlakuan yang dituntut dalam etika jual beli Islam.²⁹ Konsep keadilan harus diterapkan dalam mekanisme pasar, hal tersebut dimaksudkan untuk menghindari praktek kecurangan yang dapat mengakibatkan kezhaliman bagi satu pihak.³⁰

3) *Fathanah*

Fathanah berarti mengerti, memahami, dan menghatati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajiban. Sifat ini akan menumbuhkan kreativitas dan kemampuan untuk melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat. Sifat *fathanah* pulalah yang telah mengantarkan Naibi Muhammad SAW (sebelum menjadi Nabi) mendapat keberhasilan dalam kegiatan perdagangan..³¹

4) *Tablig*, Yaitu mampu berkomunikasi dengan baik .mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan kita sehari-hari. *Tablig* yang

²⁸ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Op.cit*, h. 73

²⁹ Rafik Issa Bekum, *Etika Bisnis Islami Terj Muhammad*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), Cet kle-1, h. 106

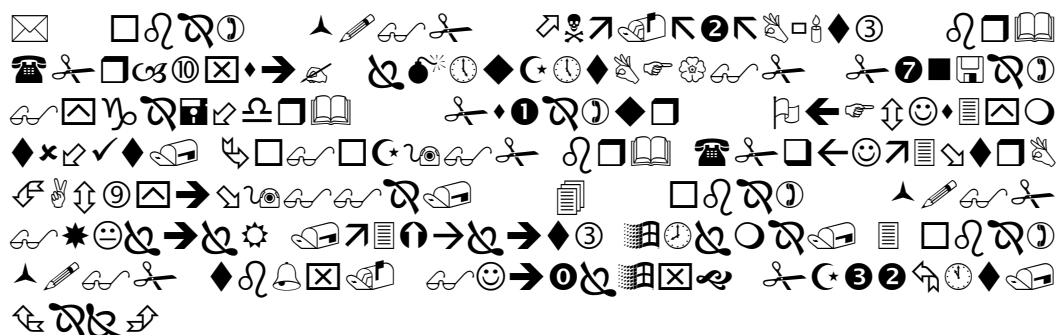
³⁰ Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam (Ditengah Krisis Ekonomi Global)*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004), Cet ke-1, h.80

³¹ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Op.cit*, h. 74

disampaikan dengan hikmah, sabar, argumentative, dan persuasive akan menumbuhkan hubungan kemanusiaan yang semakin solid dan kuat.

5) Amanah (tanggung jawab)

Amanah berarti memiliki rasa tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan *ihsan* (berbuat yang terbaik) dalam segala hal. Sifat amanah harus dimiliki oleh setiap mukmin, apalagi yang memiliki pekerjaan yang berhubungan dengan pelayanan bagi masyarakat.³² Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat An-Nisaa: 58



Artinya :*“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat”*. (QS. An-Nisaa: 58)³³

C. Tujuan dan Manfaat Etika Pelayanan

³² *Ibid*

³³ Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, *Op.cit.*,h.128

Pada dasarnya setiap perbuatan yang baik tentu memiliki tujuan yang baik, sehingga akan memberikan manfaat yang baik pula. Disamping memiliki tujuan etika juga memberikan manfaat yang cukup banyak bagi perusahaan apabila dilakukan dengan sungguh-sungguh.

Suatu perusahaan yang berdiri tentu menginginkan usaha yang dijalankan dapat hidup terus-menerus tanpa dibatasi oleh waktu, hal ini merupakan salah satu tujuan didirikannya perusahaan. Dan itu dapat dilakukan dengan ditingkatkan omzet penjualannya atau jumlah pelanggannya karena hanya dengan meningkatnya omzet penjualan atau jumlah pelanggannya, tujuan dapat dicapai. Meningkatnya omzet penjualan pada akhirnya akan dapat pula meningkatkan laba bagi perusahaan.

Tujuan dari etika antara lain adalah untuk persahabatan dan pergaulan, menyenangkan orang lain, membujuk nasabah, mempertahankan nasabah, membina dan menjaga hubungan, berusaha menarik nasabah³⁴. Sedangkan manfaat etika antara lain dengan etika dapat meningkatkan rasa percaya diri bagi seluruh karyawan, dihormati dan dihargai, disegani dan disenangi.

D. Prinsip Ekonomi Islam

Ilmu Ekonomi adalah teori atau huokum-hukum dasar yang menjelaskan prilaku-prilaku antara variable ekonomi dengan memasukkan unsur norma ataupun tata aturan tertentu (*unsur illahiah*), oleh karena itu Ekonomi Islam tidak hanya menjelaskan fakta-fakta secara apa adanya, tetapi juga harus menerangkan

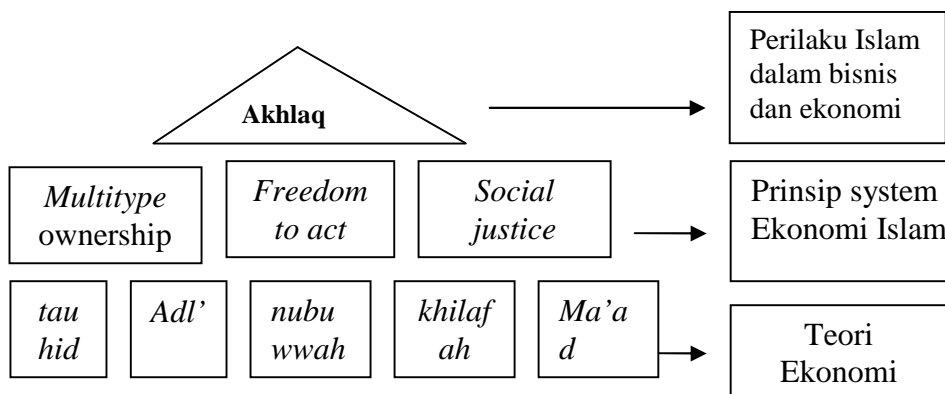
³⁴ Kasmir, *Op.cit*, h. 93

apa yang seharusnya dilakukan, dan apa yang seharusnya dikesampingkan (dihindari).

Ekonomi Islam adalah sebuah system ekonomi yang juga menjelaskan segala fenomena tentang perilaku pilihan dan pengambilan keputusan dalam setiap unit ekonomi dengan memasukkan tata aturan syariah sebagai *variable independent* (ikut mempengaruhi segala pengambilan keputusan ekonomi), yang berasal dari Allah SWT, meliputi batasan-batasan dalam melakukan kegiatan ekonomi, disebabkan adanya pandangan bahwa kehidupan didunia tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan akhirat. Keuntungan yang kita peroleh di akhirat, bergantung pada apa yang kita investorkan di dunia.

Tata aturan syariah dalam ekonomi yang berasal dari Alquran dan Hadist itu memuat prinsip atau dasar umum sebagai landasan dan dasar pengembangan Ekonomi Islam. Prinsip ini membentuk keseluruhan kerangka Ekonomi Islam, yang jika diibaratkan sebagai sebuah bangunan dapat divisualisasikan pada gambar rancang bangun Ekonomi Islam dibawah ini:

Rancang bangun sistem Ekonomi Islam



Bangunan Ekonomi Islam di atas, didasarkan atas lima nilai universal, yakni: *tau hid* (keimanan), *adl* (keadilan), *nubuwwah* (kenabian), *khilafah*

(pemerintahan) dan *ma'ad* (hasil). Nilai ini menjadi dasar inspirasi untuk menyusun proposisi dan teori-teori Ekonomi Islam. Namun, teori yang kuat dan baik tanpa diterapkan menjadi system akan menjadikan Ekonomi Islam hanya sebagai kajian ilmu saja, tanpa memberi dampak pada kedudukan ekonomi secara keseluruhan.

E. Ciri-Ciri Ekonomi Islam

Ekonomi Islam mempunyai ciri-ciri khusus, yang membedakan dengan system ekonomi lainnya. Ahmad Muh a-lassal dan Fathi Ahmad abd Karim mengemukakan beberapa ciri-ciri Ekonomi Islam sebagai berikut:³⁵

1. Ekonomi Islam merupakan bagian dari sistem menyeluruh

Ekonomi Islam tidak terlepas dari akidah dan syariah. Karena system Ekonomi Islam adalah bagian dari syariah itu sendiri, dan hubungan dengan akidah selaku dasar keyakinan. Hubungan ekonomi dengan akidah dapat dilihat misalnya dalam pandangan Islam bahwa segala yang ada di alam ini digariskan untuk patuh dan mengabdikan kepada Allah. Adanya hubungan Ekonomi Islam dengan akidah dan syariat Islam itulah yang menyebabkan mengapa kegiatan ekonomi dalam Islam berbeda dengan kegiatan ekonomi menurut system lainnya. Ekonomi Islam memiliki beberapa sifat yaitu:

a. Kegiatan Ekonomi Islam dalam Islam bersifat pengabdian.

Nilai ini termasuk cara penerapan akidah yang umum yaitu: pekerjaan apa saja yang dilakukan oleh orang Islam, baik pekerjaan ekonomis maupun bukan, bisa saja berubah dari pekerjaan materiil bisa

³⁵ Ahmad Muh Al-Assal dan Fathi Ahmad abd Karim, *Sistem Prinsip dan Tujuan Ekonomi Islam, Terj Imam Saefuddin*, (Bandung: Pustaka Setia, 1999)

menjadi ibadat dan berpahala, apabila orang Islam itu bermaksud mengubah niatnya untuk mendapatkan keridaan Allah SWT. Hal ini sesuai dengan hadist Nabi SAW:

Artinya : *“Haddasana (membicarakan pada kita) Abdullah Bin Salamah berkata : akhbarana (memberitahukan pada kita) Malik'an Yahya Ibn Said'an Muhamad Ibn Ibrahim'an a-qomah Ibn Waqas'an Umar bahwasannya Rasullah SAW bersabda: segala kegiatan berdasarkan dengan niat dan setiap berkerjaan seseorang berdasarkan apa yang di niatkannya”.*³⁶

Hadis tersebut menjelaskan bahwa setiap perbuatan itu harus dilandasi dengan niat agar memiliki nilai pahala. Karena Islam memandang bahwa segala perbuatan itu, baik perbuatan dari ritual atau muamalah akan memiliki nilai pahal bila diniatkan untuk mengabdikan kepada Allah.

Niat agar memiliki nilai pahala. Karena Islam memandang bahwa segala perbuatan itu, baik perbuatan dari ritual atau muamalah akan memiliki nilai pahala bila diniatkan untuk mengabdikan kepada Allah.

- b. Kegiatan dalam Ekonomi Islam bercita-cita luhur .

³⁶ Imam Al- Bukhori. *Shaheh Al-Bukhori*, (Beirut: Dar al Al-kutub Al-Ilmiyah. 1992), Jilid 1, hal. 24

Dalam system Ekonomi Islam keuntungan materil hanyalah sebagai berantara untuk menuju tujuan yang hakiki dan cita-cita lebih luhur yaitu untuk memakmurkan bumi dan mempersiapkannya bagi kehidupan insani sebagai kepatuhan terhadap perintah Allah, serta sebagai realisasi khalifah dimuka bumi, karena ada suatu kepercayaan dan keyakinan bahwa manusia akan berhadapan dengan sang penciptanya untuk mempertanggungjawabkan segala perbuatannya.

2. Adanya keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan masyarakat.

Dalam system Ekonomi Islam tidak mengenal bertentangan antara kepentingan individu dan kepentingan orang banyak, atau mengorbankan kepentingan individu demi kepentingan orang banyak. atau sebaliknya yang dikenal dengan system ekonomi kapitalis yang mana mendahulukan kepentingan individu atas kepentingan orang banyak. (system ekonomi sosialisme).

Sistem Ekonomi Islam memiliki cara tersendiri yaitu memperhatikan dua kepentingan bersama dan berupaya memberikan keseimbangan antar keduanya. Islam mengakui kepentingan individu dan mengakui kepentingan orang banyak selama tidak ada bertentangan antara keduanya atau selama masih mungkin dipertemukan keduanya.

Islam juga melarang monopoli barang dagangan, dengan cara menimbun dan menjualnya disaat harganya melambung tinggi, serta kebutuhan akan barang tersebut begitu mendesak.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penerapan Etika pelayanan pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan guna mencapai profit yang maksimal.

Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang penjualan kebutuhan bahan pokok seperti sembako dan berbagai keperluan rumah tangga lainnya. Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan merupakan pasar semi modern, yang membedakan pasar dengan Mini Market adalah pada Mini Market pembeli dapat melayani diri sendiri dengan dapat memilih sendiri barang yang akan dibeli dan dilayani pihak lain pada Mini Market tersebut.

Kegiatan penjualan suatu produk membutuhkan suatu kebijakan penjualan yang tepat agar dapat mencapai target penjualan sesuai dengan yang diharapkan. Dalam menerapkan kebijakan penjualan, terdapat beberapa faktor yang harus selalu diperhatikan yaitu mengenai kondisi kemampuan penjual. Adapun tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk bisnis yaitu berusaha mencari keuntungan yang sebesar-besarnya dengan tetap mengutamakan kepuasan konsumen dengan memenuhi kebutuhan konsumen dan melayani konsumen secara langsung.

Pelayanan yang baik merupakan hal yang dapat memberikan keuntungan yang sangat baik bagi perusahaan khusus nya Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan. Pengaruh dari pelayanan yang memuaskan akan mendapat respon yang positif dari pelanggan atau konsumen terutama kesetiaan dalam transaksi jual beli.

Dengan pelayanan yang disertai sikap yang baik akan membuat pelanggan senang dan merasakan kepuasan dalam berbelanja, jika pelanggan senang dan puas dengan pelayanan yang diberikan maka pelanggan akan datang lagi dan bisa menjadi pelanggan tetap, ini berarti akan menguntungkan bagi perusahaan dan akan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

Untuk mencapai target pencapaian laba bagi perusahaan tidak lepas dari pemberian pelayanan yang baik dan memuaskan kepada konsumen. Untuk meningkatkan keuntungan tersebut setiap karyawan dituntut untuk memiliki sikap melayani yang baik, maka Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan menerapkan etika pelayanan yang terdiri dari: Kejujuran dalam melayani, berbicara yang sopan, cekatan dalam melayani, ramah tamah dalam melayani, tidak berburuk sangka, melayani dengan penuh tanggung jawab, karyawan juga harus memiliki keinginan untuk menolong, melayani konsumen dengan baik tanpa pilih kasih, berpakaian yang rapi.¹

Dari etika pelayanan yang diterapkan tersebut dapat dijelaskan bagaimana tanggapan konsumen terhadap etika pelayanan yang dilakukan karyawan pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan tersebut:

1. Kejujuran

Kejujuran merupakan modal utama seseorang karyawan dalam melayani pelanggan, kejujuran tersebut meliputi kejujuran dalam berkata, berbicara,

¹ Zulheri, (Pimpinan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan), *Wawancara*, 18 Desember 2010

bersikap maupun bertindak. Kejujuran inilah yang akan menimbulkan kepercayaan konsumen atas layanan yang diberikan.²

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kejujuran Karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan dalam melayani konsumen. Maka penulis menjelaskan pada tabel dibawah ini.

Tabel IV. 1

**Tanggapan Responden Mengenai Kejujuran Karyawan
Dalam melayani konsumen**

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase
1	Sangat baik	71	71%
2	Baik	14	14%
3	Cukup baik	9	9%
4	Tidak Baik	6	6%
Jumlah		100	100%

Sumber : *Data olahan angket*

Dari tabel IV. 1 diatas dapat diketahui bahwa yang menyatakan sangat baik sebanyak 71% yang menyatakan baik sebanyak 14% yang menyatakan cukup baik sebanyak 9% yang menyatakan tidak baik sebanyak 6%. Dengan demikian dapat diketahui bahwa Karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan melayani konsumen dengan jujur.

Data diatas diperkuat dengan hasil wawancara penulis dengan salah seorang konsumen Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan, berikut tuturannya: “Sejauh ini saya belum pernah merasa dirugikan berbelanja disini,

² *Ibid*

baik karena ada cacat pada barang atau kekurangan jumlah barang yang saya dapati setelah tiba dirumah”.³

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan salah seorang karyawan dia menuturkan bahwa dia menjelaskan kualitas barang yang dijual kepada konsumen dengan tidak menutupi cacat pada barang tersebut.⁴

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan sangat menerapkan kejujuran, kerana dengan didasari sikap jujur mereka dapat menyelesaikan pekerjaannya dengan baik, dan akan berbuah kebaikan serta terlaksana dengan baik. Sikap jujur sangat perlu diterapkan karena dengan sikap yang jujur pelanggan akan merasa puas. Sikap tersebut harus dapat dipertahankan karena dengan kejujuran karyawan dapat menumbuhkan rasa kepercayaan pelanggan untuk berbelanja terus pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan. Dengan demikian akan meningkatkan penjualan dan meningkatkan *profit* bagi perusahaan.

2. Berbicara yang sopan

Berbicara kepada pelanggan harus sopan, jelas dan tidak bertele-tele. Dengan suara yang lemah lembut dan ramah, sopan santun tutur kata. Komunikasi yang dilakukan diharapkan dapat membuat pelanggan tertarik dan terkesan terhadap apa yang dijual oleh perusahaan. Berikut tanggapan konsumen terhadap penerapannya:

³ Ibu Kasmini, (Konsumen Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan), *Wawancara*, 20 Desember 2010

⁴ Maliha, (Karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan), *Wawancara*, 20 Desember 2010

Tabel IV. 2
Tanggapan Responden
Mengenai Kesopanan Karyawan Dalam Berbicara

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase
1	Sangat baik	53	53%
2	Baik	32	32%
3	Cukup baik	10	10%
4	Tidak baik	5	5%
Jumlah		100	100%

Sumber : *Data olahan angket*

Dari tabel IV. 2 diatas dapat diketahui bahwa yang menyatakan sangat baik sebanyak 53%, yang menyatakan baik sebanyak 32%, yang menyatakan cukup baik sebanyak 10% yang mengatakan tidak baik sebanyak 5%. Dengan demikian ternyata kebanyakan karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan bersikap sopan dan lemah lembut dalam berbicara ketika melayani pelanggan atau konsumen.

Data diatas diperkuat dengan hasil wawancara penulis terhadap salah seorang konsumen Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan, bahwa karyawan dalam melayani pembeli tidak pernah berkata kasar atau menyinggung hati pembeli.⁵

Dengan sikap dan tingkah laku etika kesopanan dalam berbicara dan keramahan karyawan harus dapat dipertahankan dan ditingkatkan lagi. Dengan penilaian yang cukup memuaskan dari konsumen atau pelanggan diatas secara otomatis konsumen akan merasakan kepuasan berbelanja dan akan kembali

⁵ Rini, (Konsumen Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan), *Wawancara*, 20 Desember 2010

berbelanja ke Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan, sehingga jumlah penjualan ikut meningkat.

3. Cekatan

Seorang karyawan dituntut untuk cekatan dalam bekerja dan tidak malas-malasan. Karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan harus segera atau cekatan memenuhi segala keinginan konsumen dengan tidak membuang- buang waktu konsumen dalam menunggu barang yang diinginkannya.⁶ Berikut tanggapan konsumen terhadap penerapannya:

Tabel IV. 3

**Tanggapan responden
Menegenai Menyediakan Barang Yang Dibutuhkan Secara Cepat**

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase
1	Sangat baik	58	58%
2	Baik	21	21%
3	Kurang baik	13	13%
4	Tidak baik	8	8%
Jumlah		100	100%

Sumber : *Data olahan angket*

Dari tabel IV. 3 diatas dapat diketahui bahwa yang menyatakan sangat baik sebanyak 58% yang menyatakan baik sebanyak 21% yang menyatakan kurang baik sebanyak 13% yang menyatakan tidak baik sebanyak 8%. Dengan demikian ternyata kebanyakan karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan telah cekatan atau rajin dalam melayani keinginan pelanggan atau konsumen.

⁶ Zulheri, (Pimpinan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuanatn), *Wawancara*, 18 Desember 2010.

Data diatas diperkuat dengan hasil wawancara penulis terhadap salah seorang konsumen Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan, berikut tuturannya: "Saya merasa puas terhadap kinerja karyawan Mini Market Sahabat Aidilia ini karena mereka cekatan sekali ketika mencari barang yang saya butuhkan."⁷

Dengan demikian penulis dapat menyimpulkan bahwa kebanyakan Karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan rajin dan cekatan dalam memenuhi keinginan konsumen hal ini karena karyawan tersebut bekerja penuh semangat atas tugas tersebut. Dengan penilaian yang baik atau memuaskan dari konsumen, secara otomatis konsumen akan kembali berbelanja ke Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan dan pada akhirnya akan meningkatkan penjualan bearti juga akan meningkatkan *profit* perusahaan.

4. Melayani dengan ramah tamah

Bersikap lemah lembut dan ramah tamah merupakan salah satu etika pergaulan yang harus dipahami karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan, karena dengan bersikap lemah lembut dan ramah tamah dalam melayani konsumen akan membuat konsumen senang,⁸ Sebagai karyawan semestinya memahami betul apa itu politik senyum, senyum bagi karyawan diinstitusi manapun menjadi wajib hukumnya. Berikut tanggapan konsumen mengenai penerapannya:

⁷Ibu Sesi, (Konsumen Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan), *Wawancara*, 22 Desember 2010

⁸Zulheri, (Pimpinan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan), *Wawancara*, 18 Desember 2010

Tabel IV. 4**Tanggapan Responden Mengenai Keramah Tamahan Karyawan**

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase
1	Sangat baik	21	21%
2	Baik	41	41%
3	Kurang baik	34	34%
4	Tidak baik	4	4%
Jumlah		100	100%

Sumber : *Data olahan angket*

Berdasarkan Dari tabel IV. 4 diatas dapat diketahui bahwa yang menyatakan Sangat baik sebanyak 21%, yang menyatakan baik sebanyak 41%, yang menyatakan kurang baik sebanyak 34% yang mengatakan tidak baik sebanyak 4%. Dengan demikian ternyata kebanyakan karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan bersikap ramah dalam melayani pelanggan atau konsumen.

Data diatas diperkuat dengan hasil wawancara penulis dengan salah seorang konsumen menuturkan bahwa karyawan tidak sombong dan bersikap sopan dan ramah terhadap pembeli meskipun konsumen tidak jadi berbelanja.⁹

Dengan demikian berarti bahwa responden merasa pelayanan yang diberikan oleh karyawan Mini market sahabat Aidilia Teluk Kuantan dari segi keramahan sudah baik atau memuaskan. Meskipun demikian para karyawan terutama pramuniaga ini belum terbiasa untuk menyapa konsumen menanyakan kebutuhan konsumen, misalnya “ada yang bisa dibantu”.

⁹ Ibu Nur, (Konsumen Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan), *Wawancara*, 22 Desember 2010

5. Tidak berburuk sangka kepada konsumen.

Dalam melayani konsumen atau pelanggan hendaknya seorang karyawan menghormati pelanggannya, dengan cara memberi kebebasan pelanggan atau konsumen dalam memilih barang yang akan dibeli.¹⁰ Berikut tanggapan konsumen mengenai penerapannya:

Tabel IV. 5

**Tanggapan Responden Mengenai Sikap Karyawan
Dalam Memberikan Kebebasan Dalam Memilih Barang**

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase
1	Sangat baik	24	24%
2	Baik	46	46%
3	Cukup baik	21	21%
4	Tidak baik	9	9%
Jumlah		100	100%

Sumber : *Data olahan angket*

Berdasarkan Dari tabel IV. 5 diatas dapat diketahui bahwa yang menyatakan sangat baik sebanyak 24%, yang menyatakan baik sebanyak 46%, yang menyatakan cukup baik sebanyak 21% yang mengatakan tidak baik sebanyak 9%. Dengan demikian ternyata karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan dalam melayani konsumen tidak berburuk sangka kepada konsumen.

¹⁰ Zulheri, (Pimpinan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuanatn), *Wawancara*, 18 Desember 2010.

Data diatas diperkuat dengan hasil wawancara penulis dengan salah seorang konsumen menuturkan bahwa dia merasa nyaman ketika berbelanja. Karena merasa leluasa dalam memilih barang yang akan dibeli.¹¹

Dengan demikian penulis dapat menyimpulkan bahwa kebanyakan Karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan telah bersikap baik dalam melayani konsumen dengan memberikan kebebasan konsumen dalam memilih barang yang akan dibeli. hal ini karena pada Mini Market tersebut telah tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung seperti telah tersedianya kamera. Dengan penilaian yang baik atau memuaskan dari konsumen, secara otomatis konsumen akan kembali berbelanja ke Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan dan pada akhirnya akan meningkatkan penjualan berarti juga akan meningkatkan *profit* perusahaan.

Dalam melayani konsumen atau pelanggan hendaknya seorang karyawan atau khususnya pramuniaga menghormati pelanggannya, dengan cara memberi kebebasan pelanggan atau konsumen dalam memilih barang yang akan dibeli. Selalu berfikir positif merupakan dasar-dasar bagi karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan dalam melayani konsumen, berfikir positif akan meningkatkan kualitas kemitraan dengan pelanggan atau konsumen. Karyawan yang masih suka berfikir negatif terhadap pelanggannya atau konsumen berarti belum memahami etika profesinya dengan baik.

6. Melayani dengan penuh tanggung jawab

¹¹ Wandri, (Konsumen Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan), *Wawancara*, 26 Desember 2010

Tanggung jawab adalah rasa tanggung jawab yang dimiliki oleh seorang karyawan terhadap pekerjaannya agar pekerjaannya mempunyai nilai guna. Setiap karyawan harus bertanggung jawab terhadap pekerjaannya, terutama melayani pembeli dengan serius dan sampai selesai atau tidak setengah-setengah.¹² Berikut tanggapan konsumen terhadap penerapannya:

Tabel IV. 6

**Tanggapan Responden
Mengenai keseriusan karyawan dalam melayani konsumen**

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase
1	Sangat baik	18	18%
2	Baik	40	40%
3	Cukup baik	23	23%
4	Tidak baik	19	19%
Jumlah		100	100%

Sumber : *Data olahan angket*

Berdasarkan Dari tabel IV. 6 diatas dapat diketahui bahwa yang menyatakan sangat baik sebanyak 18%, yang menyatakan baik sebanyak 40%, yang menyatakan cukup baik sebanyak 23% yang mengatakan tidak baik sebanyak 19%. Dengan demikian ternyata kebanyakan karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan dalam melayani pelanggan atau konsumen dengan serius.

Data diatas diperkuat dengan hasil wawancara penulis dengan salah seorang konsumen menuturkan bahwa karyawan antusias dalam menanggapi

¹² Zulheri, (Pimpinan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan), *Wawancara*, 18 Desember 2010

keluhan konsumen, bahkan bersedia menukar kembali barang yang telah dibeli asalkan tidak rusak label dan merk barang tersebut.¹³

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan salah seorang karyawan dia menuturkan bahwa dia sangat bertanggung jawab dalam melaksanakan tugasnya dalam melayani konsumen karena tugas yang diberikan kepada karyawan merupakan tanggung jawab yang besar untuk kelangsungan perusahaan kedepan.

14

Dengan penilaian yang sudah baik dari konsumen maka secara otomatis konsumen akan merasakan kepuasan dan kenyamanan berbelanja dan akan kembali lagi berbelanja ke Mini market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan, sehingga akhirnya jumlah penjualan ikut meningkat.

7. Karyawan juga harus memiliki keinginan untuk menolong

Keinginan untuk menolong misalnya menolong konsumen ketika mencari barang yang dibutuhkan dan menolong konsumen yang kesulitan membawa barang belanjanya, dan menganggap bahwa pekerjaan yang dilakukan bukan semata-mata untuk kesenangan dunia saja tetapi juga untuk mengharapkan pahala dari Allah, pertolongan yang diberikan akan membuat konsumen merasa terkesan dengan pelayanan yang ada¹⁵. Sikap tolong-menolong yang diterapkan pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan dapat digambarkan dari keikhlasan

¹³ Ibu Yusna, (Konsumen Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan), *Wawancara*, 26 Desember 2010

¹⁴ Ria, (Karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan), *Wawancara*, 02 Januari 2011

¹⁵ Zulheri, (Pimpinan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan), *Wawancara*, 18 Desember 2010

karyawan membantu konsumen yang kesulitan membawa barang belanjanya.

Berikut tanggapan konsumen terhadap penerapannya:

Tabel IV. 7

Tanggapan Responden Mengenai Kepedulian Karyawan Dalam Menolong Pembeli Disaat Pembeli Kesulitan Membawa Barang

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase
1	Sangat baik	12	12%
2	Baik	29	29%
3	Kurang baik	42	42%
4	Tidak baik	17	17%
Jumlah		100	100%

Sumber : *Data olahan angket*

Berdasarkan Dari tabel IV. 7 diatas dapat diketahui bahwa yang menyatakan sangat baik sebanyak 12%, yang menyatakan baik sebanyak 29%, yang menyatakan kurang baik sebanyak 42% yang mengatakan tidak baik sebanyak 17%. Dengan demikian berarti karyawan Mini market sahabat Aidilia Teluk Kuantan belum bersikap peduli dalam membantu konsumen disaat konsumen kesulitan dan membawa barang dibeli.

Data diatas diperkuat dengan hasil wawancara penulis dengan salah seorang konsumen menuturkan bahwa karyawan tidak peduli dalam membantu konsumen yang kesulitan membawa barang berbelanja.¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara penulis terhadap salah seorang karyawan dia mengatakan bahwa dia tidak melaksanakan itu karena konsumen tidak meminta bantuan.¹⁷ Dari hal tersebut maka terlihat karyawan tidak ikhlas dalam membantu konsumen karena hanya mau membantu jika konsumen minta bantuan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan kurang bersikap peduli dalam membantu konsumen hal ini terlihat dari penilaian kurang memuaskan dari konsumen.

Oleh sebab itu perusahaan harus membenahi moral pramuniaga agar mempunyai jiwa dan perasaan ikhlas membantu konsumen. Maka perusahaan harus mencari solusi terbaik dan mengambil kebijakan baru dalam mengatasi permasalahan ini. Kurangnya sarana dan prasarana yang dimiliki Mini Market sahabat Aidlia Teluk Kuantan seperti tidak tersedianya kereta dorong, juga sangat mempengaruhi kenyamanan konsumen ketika berbelanja.

Dengan kondisi seperti itu maka konsumen akan merasa ketidakpuasan berbelanja dan akan menuntut pelayanan yang lebih bagus dimasa yang akan datang pada Mini Market tersebut. Hal ini pada akhirnya akan mengurangi jumlah penjualan berarti juga akan menurunnya *profit* perusahaan. Dengan penilaian yang

¹⁶ Asih, (Konsumen Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan) *Wawancara*, 31 Desember 2010

¹⁷ Sapia, (Karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan), *Wawancara*, 02 Januari 2011

baik dari konsumen, secara otomatis konsumen akan kembali berbelanja ke Mini Market Sahabat Aidilia dan akan meningkatkan *profit* bagi perusahaan.

8. Melayani konsumen dengan baik tanpa pilih kasih

Karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan dituntut untuk dapat melayani konsumen dengan tidak membedakan kedudukan konsumen, pangkat dan umur konsumen,¹⁸ karyawan harus menganggap bahwa konsumen adalah manusia yang juga memiliki perasaan yang harus dijaga, jangan sampai konsumen merasa seperti diasingkan. Berikut tanggapan konsumen terhadap penerapannya:

Tabel IV. 8

Tanggapan Responden Mengenai Melayani Konsumen Tanpa Pilih Kasih

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase
1	Sangat baik	61	61%
2	Baik	14	14%
3	Cukup baik	20	20%
4	Tidak baik	5	5%
Jumlah		100	100%

Sumber : *Data olahan angket*

Berdasarkan Dari tabel IV. 8 diatas dapat diketahui bahwa yang menyatakan sangat baik sebanyak 61%, yang menyatakan baik sebanyak 14%, yang menyatakan cukup baik sebanyak 20%, dan yang menyatakan tidak baik sebanyak 5%. Dengan demikian berarti karyawan Mini market sahabat Aidilia

¹⁸ Zulheri, (Pimpinan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan), *Wawancara*, 18 Desember 2010

Teluk Kuantan melayani konsumen tanpa pilih kasih atau telah berlaku adil dalam melayani.

Berikut wawancara penulis terhadap salah seorang konsumen Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan mengatakan bahwa karyawan dalam melayani kami telah bersikap dengan baik, tanpa pilih-pilih dalam melayani.¹⁹

Dalam melayani pelanggan karyawan tidak boleh mengedepankan kepentingan pribadi atau pilih-pilih konsumen baik itu saudara maupun rekanan, karyawan harus menganggap bahwa konsumen adalah manusia yang juga memiliki perasaan yang harus dijaga, jangan sampai konsumen merasa seperti diasingkan.

9. Berpakaian yang rapi

Dalam melayani konsumen karyawan harus selalu berpenampilan yang rapi dan sopan karena penampilan karyawan akan menunjukkan citra perusahaan dimata konsumen atau pelanggan. Berikut tanggapan konsumen terhadap penerapannya:

Tabel IV. 9

Tanggapan Responden Mengenai Penampilan Karyawan

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase
1	Sangat rapi dan sopan	20	20%
2	Rapi dan sopan	40	40%
3	Kurang rapi dan sopan	21	21%
4	Tidak rapi dan sopan	19	19%
Jumlah		100	100%

¹⁹ Ibu Desmarianti, (Konsumen Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan), Wawancara, 31 Desember 2010

Sumber : *Data olahan angket*

Berdasarkan Dari tabel IV. 9 diatas dapat diketahui bahwa yang menyatakan sangat rapi dan sopan sebanyak 20%, yang menyatakan rapi dan sopan sebanyak 40% yang menyatakan kurang rapi dan kurang sopan sebanyak 21%, yang menyatakan tidak rapi dan tidak sopan sebanyak 19%. Dengan demikian berarti kebanyakan karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan berpakaian rapi dan sopan dalam melayani konsumen.

Berikut wawancara penulis terhadap salah seorang konsumen Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan mengatakan bahwa karyawan telah berpakaian rapi dan sopan.²⁰

Data diatas diperkuat dengan hasil observasi yang penulis lakukan di Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan bahwa kebanyakan karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan dalam hal berpakaian sudah bisa dikatakan berpakaian rapi dan sopan dalam melayani pelanggan atau konsumen, hal ini terlihat dari pakaian yang digunakan oleh karyawan, mereka telah menggunakan baju seragam yang disediakan oleh perusahaan, sekalipun masih ada yang tidak mengenakan jilbab, namun pakaian yang dikenakan tidak terlalu ketat.²¹

Penampilan karyawan harus menjadi perhatian serius bagi pihak perusahaan supaya lebih dapat ditingkatkan sehingga dinilai baik oleh konsumen. Dengan penilaian yang baik dari konsumen, konsumen akan merasa senang dan nyaman dalam berbelanja.

²⁰ Yahya, (Konsumen Mini market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan), *Wawancara*, 31 Desember 2010

²¹ *Observasi*, 22 Desember 2010

B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap penerapan etika pelayanan pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan.

Yang membedakan Islam dengan sistem lain ialah bahwa Islam tidak pernah memisahkan antara ekonomi dengan etika, sebagaimana tidak pernah memisahkan ilmu dengan akhlak, politik dengan etika, dan sebagainya. Islam adalah risalah yang diturunkan Allah melalui Rasulnya untuk membenahi akhlak manusia.²²

Islam mendorong pemeluknya untuk memproduksi dan menekuni aktivitas ekonomi apapun bentuknya, seperti pertanian, pengembalaan, berburu, perniagaan, dan bekerja dalam berbagai keahlian. Islam mendorong setiap amal perbuatan yang menghasilkan benda atau pelayanan yang bermanfaat bagi manusia, ataupun hanya memperindah kehidupan mereka dan menjadikannya lebih makmur dan sejahtera. Masyarakat muslim tidak bebas tanpa kendali dalam memproduksi segala sumber daya alam, mendistribusikan atau mengkonsumsinya, ia terikat oleh buhul akidah dan etika mulia disamping juga dengan hukum-hukum Islam.

Manusia adalah khalifah dimuka bumi, Islam memadamkan bahwa bumi dengan segala isinya merupakan amanah Allah kepada sang khalifah agar dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama. Untuk mencapai tujuan suci ini, Allah memberikan petunjuk melalui para rasul-Nya. Petunjuk tersebut meliputi segala sesuatu yang dibutuhkan manusia, baik akidah, akhlak, maupun syariah. Islam juga mendorong penganutnya berjuang untuk mendapatkan materi

²² Yusuf Qardhawiy, *Norma dan Etika Okonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), cet. Ke-1, h. 51

atau harta dengan berbagai cara, asalkan mengikuti rambu-rambu yang telah ditetapkan.²³

Agar manusia dapat melaksanakan tugasnya didalam kehidupan, maka dia membutuhkan persiapan yang sesuai dengan manhaj Islam, dimana asas manhaj tersebut adalah pendalaman iman kepada Allah SWT, memahami nilai-nilai Islam, memerangi nilai-nilai yang buruk, peduli terhadap manusia baik jiwa maupun raga, meningkatkan kemampuannya, memotivasi dalam mengambil hal-hal yang positif.²⁴

Dimana nilai-nilai dalam Ekonomi Islam yang bersumber dari Al-quran dan Sunnah tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai keIslaman secara menyeluruh. Nilai-nilai yang relevan dengan kegiatan ekonomi merupakan derivasi dari nilai-nilai Islam sebagai *hudan lin nas* dan implementasi Islam sebagai *rahmatan lil alamin*.²⁵

Ekonomika Islam (ilmu Ekonomi Islam menurut masadul alam choodury) adalah pendekatan terhadap analisis ekonomi yang secara tegas mengarah kepada dasar-dasar syariah atau hukum Islam yang berkaitan dengan masalah sosial ekonomi dan masalah hukum yang dihadapi umat Islam.²⁶ Kegiatan ekonomi sebagai bagian integral dari muamalah, tidak dilepaskan dari urgensi akhlak dengan proses muamalah, yaitu dengan bersikap jujur, amanah, adil, *ihsan*, berbuat kebajikan, silaturahmi dan kerjasama.

²³ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 3-4

²⁴ Said, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Suska Press, 2008), h. 143

²⁵ Arifin Hamid, *Hukum Ekonomi Islam*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2007), h. 29

²⁶ Muhammad, *Visi Alquran Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), cet.1, h. 299

Praktek dagang Muhammad SAW ketika remaja (menjelang diangkat menjadi Nabi dan Rasul), sungguh penuh dengan contoh-contoh etika bisnis. Keteladanan beliau dalam berdagang tidak saja indah dan mulia, namun perlu menjadi renungan di saat ini di mana kita sedang terpuruk dalam berbagai kesulitan yang semuanya mencerminkan betapa pentingnya ditegakkan *akhlakulkarimah* di dalam semua sendi kehidupan. Suri tauladan beliau dapat kita maknai sebagai sesuatu sikap berbisnis yang indah mulia.²⁷

Ekonomi dalam perspektif Islam bukanlah suatu ekonomi yang hanya urusan uang dan harta, melainkan sesuatu yang terkait dengan persoalan-persoalan kepribadian, kecintaan, dan persoalan lainnya. Jika seseorang melakukan pekerjaannya dengan landasan kecintaan, insyaallah akan menghasilkan sesuatu yang optimal dan maksimal. Oleh karena itu harus diupayakan agar cinta dapat menjadi budaya perusahaan. Jika secara internal telah tercipta budaya yang begitu indah dalam perusahaan, maka ketika berhadapan dengan konsumen budaya yang indah itu akan terbawa.²⁸

Menjaga kepercayaan pelanggan untuk menjadi pelanggan tetap merupakan sesuatu yang mutlak dan harus dilakukan oleh Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan. Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan harus memberikan pelayanan yang optimal agar pelanggan merasa nyaman sehingga pelanggan atau konsumen tetap setia menjadi konsumen Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan serta bisa menarik calon pelanggan lainnya.

²⁷ Muhandis Natadiwiry, *Etika Bisnis Islam*, (Granada Press: Jakarta, 2007), h. 72

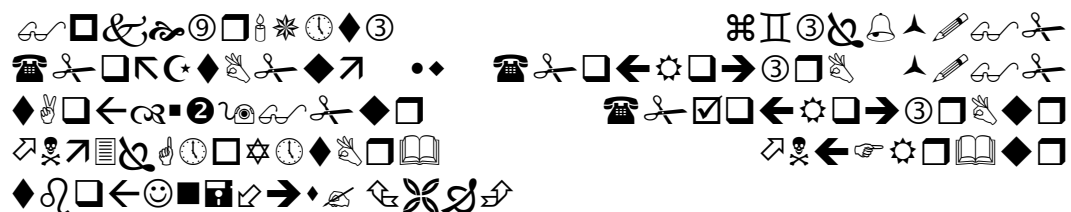
²⁸ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Op.cit*, h. 55

Nilai-nilai kesopanan dan tata krama harus dilakukan setiap melayani pelanggan atau konsumen. Hal-hal tersebut tidak terlepas dari nilai-nilai Ekonomi Islam, hakikatnya adalah setiap perkataan dan perbuatan khususnya dalam melayani pelanggan harus mencerminkan nilai-nilai Islam sehingga pelanggan dan karyawan tidak merasa menjadi pihak yang dirugikan.

Penerapan Etika pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan dalam rangka memberikan pelayanan kepada pelanggan ditinjau dari Ekonomi Islam, dapat penulis jelaskan sebagai berikut:

1. Jujur

Islam sangat menghargai kejujuran dan melarang sikap khianat. Oleh sebab itu seorang muslim yang menjadi pelaku bisnis hendaknya taat pada janji dan amanat. Dilarang berkhianat kepada siapapun, termasuk pelanggan atau konsumen.²⁹ Sebagaimana firman Allah SWT :



Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasulnya (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui*”. (Al-Anfal ayat 27)³⁰

Nabi telah mewariskan, agar menegakkan kejujuran dan menjaga hubungan baik dan ramah dengan pelanggan. Para praktisi bisnis mengakui bahwa

²⁹*Ibid*

³⁰ Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, *Op.cit.*, h. 264

kejujuran merupakan suatu jaminan dan dasar bagi kegiatan jual beli yang baik dan berjangka panjang.

Bencana terbesar dalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan bathil, misalnya berbohong dalam menjelaskan keadaan, kualitas barang, dan menetapkan harga. Padahal kejujuran adalah sarana untuk menggali rezki dan jalan yang penuh keberkahan untuk meraih kesuksesan sebagai seorang pedagang.

Dalam sebuah hadist Rasulullah SAW yang artinya:

“Hendaklah kalian jujur (benar) karena kejujuran mengantarkan kepada kebaikan. Dan kebaikan akan mengantarkan kje dalam surga. Seseorang yang selalu berusaha untuk jujur akan dicatat oleh Allah sebagai orang yang jujur. Dan jauhilah oleh kamu sekalian kidzb (dusta), karena dusta itu akan mengantarkan kepada kejahatan. Dan kejahatan akan mengantarkan ke dalam neraka. Seseorang yang selalu berdusta akan dicatat oelh Allah sebagai pendusta.” (HR. Bukhari)³¹

Prinsip nilai kejujuran yang harus dianut oleh setiap pedagang wajib baginya menjelaskan apa kekurangan dari barang yang dijual, dengan demikian pembeli dapat mengetahui kualitas dan cacat barang yang dijualnya itu.

Jika dilihat karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan telah berlaku jujur dalam melayani konsumen dengan tidak menyembunyikan cacat pada barang. Hal ini telah sesuai dengan syariah Islam.

2. Sopan santun

Afzalurrahman dalam bukunya *“Muhammad sebagai seorang pedagang”* disebutkan bahwa Nabi SAW sangat sopan bicara dan baik hati dalam melakukan transaksi perdagangan inilah yang membedakan Nabi SAW dengan pedagang lainnya semasanya.

³¹ Imam Al- Bukhori. *Shaheh Al-Bukhori*, (Beirut: Dar al Al-kutub Al-Ilmiyah. 1992), Jilid 1I, hal. 467

Makanya Nabi Ibrahim as dalam asalah menggunakan lidah, berdoa kepada Allah SWT untuk diluruskan kepada tutur kata yang baik, Sebagaimana yang diceritakan Allah SWT dalam kitabnya:



Artinya: ” dan jadikanlah aku tutur kata yang baik bagi orang-orang yang (datang) kemudian”. (QS. Asyu’araa’: 84)³²

Perkataan yang tidak sopan yang dapat menyebabkan orang tersinggung adalah buah dari lisan atau lidah seseorang yang tidak pandai menggunakannya.

Jika dilihat karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan dalam melayani konsumen telah bersikap sopan santun. Hal ini telah sesuai dengan syariah Islam.

3. Cekatan atau rajin

Sebagai khalifah dimuka bumi, manusia ditugaskan Allah untuk mengelola langit dan bumi beserta isinya untuk kemaslahatan ummat.³³ Namun ditegaskan Nya bahwa tidak ada yang akan diperoleh manusia kecuali hasil usahanya sendiri. Intinya kerja keras adalah modal utama. Rasulullah SAW menjelaskan dalam hadist yang artinya: “*Sesungguhnya Allah sangat mencintai jika seseorang melakukan suatu pekerjaan yang dilakukannya dengan itqan atau sempurna (profesional)*”

Al-Quran tidak memberi peluang bagi seorang muslim untuk menganggur sepanjang saat dalam kehidupan dunia ini. Dalam kehidupan di dunia ini prinsip

³² Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, Op.cit., h. 579

³³ Muhandis Natadiwirya, *Loc.cit*

dasar yang ditekankan Al-quran adalah kerja dan kerja.³⁴ Ini ternyata sejalan dengan semangat bekerja dalam aktifitas bisnis. Ini digambarkan dalam Al-quran yang berbunyi sebagai berikut:



Artinya: “*maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain)*”.(QS. Alam Nasyrah: 7)³⁵

Jika dilihat karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan melayani konsumen dengan cekatan atau rajin.

4. Ramah tamah

Bersikap lemah lembut dan ramah tamah merupakan salah satu etika pergaulan yang harus dipahami karyawan, Bersikap lemah lembut dan ramah tamah dalam melayani pelanggan, akan membuat pelanggan senang. Sebagaimana sabda Rasulullah yang menganjurkan untuk bersikap lemah lembut:

Artinya:” *dari Jabir bin Abdullah Al-Bajali ia berkata:” Rasulullah SAW bersabda barang siapa mengharamkan lemah lembut, (maka diharamkanlah (ia) dari kebaikan)*”.³⁶

Untuk mencairkan suasana ada budaya sikap yang baik untuk dibiasakan yaitu sikap *tabassum* (tersenyum). Dengan tersenyum (*tabassum*) ternyata akan melahirkan cinta, kasih sayang dan orang lainpun (pelanggan atau konsumen)

³⁴ *Ibid*

³⁵ Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, Op.cit.,h.1072

³⁶ Imam Muslim, *Shaheh Muslim*, (Beirut:-lebanon: Dar al Al-kutub Al-Ilmiyah. 1997), h.557

akan merasa lebih dihargai. Rasulullah SAW menyebutkan dalam hadistnya sebagai berikut:

Artinya: “*Senyummu itu kepada saudaramu, bagimu adalah merupakan sedekah*”. (HR. Bukhari)³⁷

Jika dilihat karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan melayani konsumen dengan ramah dan lemah lembut.

5. Tidak berburuk sangka

Saling menghormati satu sama lain merupakan ajaran Nabi Muhammad yang harus diimplementasikan dalam persaingan bisnis. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam surat Al-Hujarat ayat 12:



Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan buruk sangka (kecurigaan), karena sebagian dari buruk sangka itu dosa.....*” (QS. Al-Hujarat : 12)³⁸

Oleh karena itu seorang karyawan harus dapat meninggalkan perbuatan berburuk sangka (*su'uzh-zhan*) terhadap palanggan atau pembeli.

Pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan prinsip saling menghormati dapat digambarkan dari kebebasan konsumen dalam memilih barang yang akan dibeli. Jika dilihat karyawan telah bersikap menghormati

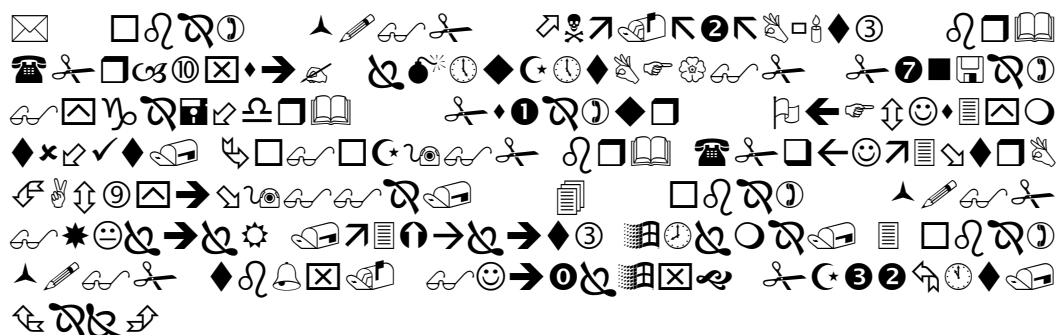
³⁷ Imam Al- Bukhori. *Shaheh Al-Bukhori*, (Beirut: Dar al Al-kotob Al-Ilmiyah. 1992), Jilid 2, h. 467

³⁸ Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, *Op.cit.*, h. 847

konsumennya. Hal ini sesuai dengan hukum Ekonomi Islam yang mana dalam Ekonomi Islam harus saling menghormati satu sama lain.

6. Tanggungjawab

Pelaku muslim senantiasa menyadari adanya prinsip pertanggungjawaban ganda, yaitu segala yang dilakukan dan diperolehnya selama didunia akan dipertanggungjawabkan, baik didunia maupun diakhirat kelak. Memiliki rasa tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan *ihsan* (berbuat yang terbaik) dalam segala hal. Sifat amanah harus dimiliki oleh setiap mukmin, apalagi yang memiliki pekerjaan yang berhubungan dengan pelayanan bagi masyarakat.³⁹ Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat An-Nisaa: 58:



Artinya :”Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat.(QS. Al-Hujarat :12)⁴⁰

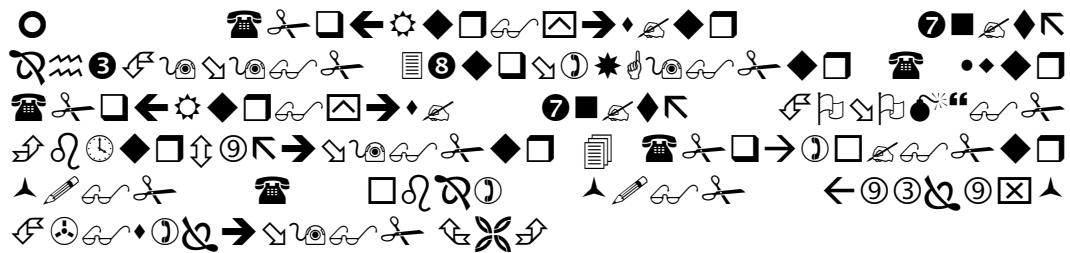
Jika dilihat karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan melayani konsumen dengan penuh tanggung jawab.

³⁹ *Ibid*

⁴⁰ Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, Op.cit.,h.128

7. Karyawan juga harus memiliki keinginan untuk menolong

Islam mengajarkan bahwa dalam kehidupan manusia harus saling menghormati dan saling tolong menolong. Islam memerintahkan kepada manusia untuk bekerja sama dalam segala hal, kecuali dalam perbuatan dosa kepada Allah atau melakukan aniaya kepada sesama mahluk, sebagaimana firman Nya :



Artinya :”Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.(QS. Al-maidah: 2)⁴¹

Islam mengajarkan bahwa dalam kehidupan manusia harus saling hormat-menghormati dan tolong-menolong. Jiwa suka menolong harus selalu ditanamkan kepada seluruh karyawan. Menjalankan tugas dengan penuh keikhlasan, sesuai dengan standar dan prosedur yang ada, dengan sikap penuh amanah dan bertanggungjawab terhadap Allah, bukan hanya kepada atasan. Sebagaimana Sabda Nabi SAW: ”Sesungguhnya Allah sangat mencintai jika seseorang melakukan suatu pekerjaan yang dilakukannya dengan *itqan* atau sempurna (*profesional*)”

Ta’awun (tolong-menolong) ini sangat diperintahkan oleh ajaran Islam. Sikap dan perbuatan tolong-menolong ini akan memperkuat ikatan *ukhuwah*. *Ta’aawun* dapat diimplementasikan dalam bentuk menolong tetangga yang

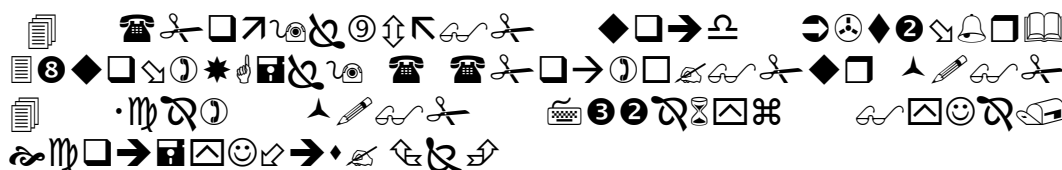
⁴¹ *Ibid*, h. 886

kesulitan, ikut mencarikan jalan keluar bagi saudara yang kebingungan, menolong sesama dikala sakit, atau hal-hal yang sangat banyak yang biasa terjadi dalam hidup bermasyarakat. Hal ini sangat besar pengaruhnya bagi terjalinnya *ukhuwah*.

Jika dilihat karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan belum melaksanakan prinsip tolong menolong dalam konsumen ketika berbelanja, karyawan harus memiliki sifat ikhlas dalam membantu. Dan ini tidak sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam.

8. Melayani konsumen dengan baik tanpa pilih kasih

Konsep keadilan harus diterapkan dalam mekanisme pasar, hal tersebut dimaksudkan untuk menghindari praktek kecurangan yang dapat mengakibatkan kezhaliman bagi satu pihak.⁴² Islam mendefinisikan adil sebagai “tidak mendzalimi dan tidak didzalimi”. Oleh karena itu tidak boleh ada satu pihak pun yang hak-haknya terdzalimi. Allah SWT mencintai orang-orang yang berbuat adil kerana dengan berbuat adil dekat dengan takwa. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam Surat Al-Maidah ayat 8:



Artinya:”....berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa dan bertaqwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan. (QS. Al-Maidah: 8)⁴³

⁴² Said Sa’ad Marthon, *Ekonomi Islam (ditengah krisis ekonomi global)*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004), Cet ke-1, h.80

⁴³ Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahan, Op.cit.*, h.166

Prinsip –prinsip umum yang berlaku pada semua transaksi termasuk prinsip mengenai keadilan atau *adl*, Memperlakukan pembeli dengan adil merupakan perlakuan yang dituntut dalam etika jual beli Islam.⁴⁴

Jika dilihat karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan melayani konsumen dengan berlaku adil dengan tidak pilih-pilih konsumen dalam melayani.

9. Cara berbusana

Busana adalah karunia yang agung, yang dapat dipergunakan untuk menutup anggota-anggota tertentu dari bagian tubuh manusia, sekaligus melindunginya dari pencemaran udara yang membahayakan. Disamping itu juga berfungsi sebagai perhiasan dan kecantikan. Allah berfirman,” *Hai anak Adam (umat manusia), sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan, pakaian takwa itulah yang paling baik.*”

Perusahaan yang Islami adalah perusahaan yang menata secara rapi busana karyawan dan karyawatnya. Muslimah mengenakan busana sebagaimana disyariatkan oleh syariah, misalnya: busana harus menyelubungi seluruh badan, busana tidak boleh ketat yang dapat membentuk tubuhnya, busana wanita tidak boleh menyerupai busana laki-laki, tidak boleh menyerupai busana wanita-wanita kafir. Sedangkan yang pria mengenakan busana yang lebih mencirikan nuansa Islami misalnya baju dengan kerah sanghai atau mirip baju koko.⁴⁵

⁴⁴ Rafik Issa Bekum, *Op.cit.*, h. 106-109

⁴⁵ Muhammad Syakir Sula, *Op.cit.*, h. 592

Jika dilihat karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan telah berpakaian yang rapi sesuai dengan syariah Islam.

Islam bertujuan untuk membentuk masyarakat dengan tatanan sosial yang solid. Dalam tatanan itu, setiap individu diikat oleh persaudaraan dan kasih sayang sebagai satu keluarga. Sebuah persaudaraan yang universal dan tak diikat batas geografis. Islam menganggap umat manusia sebagai satu keluarga yang mempunyai derajat yang sama dihadapan Allah. Secara sosial, nilai yang membedakan antara satu dengan yang lain adalah ketakwaan, ketulusan hati, kamampuan, dan pelayanannya pada kemanusiaan.⁴⁶

Nilai-nilai keimanan inilah yang kemudian menjadi aturan yang mengikat. Mengacu kepada aturan *ilahiah*, setiap perbuatan manusia mempunyai nilai moral dan ibadah. Setiap tindakan manusia tidak boleh lepas dari nilai, yang secara vertikal merefleksikan moral yang baik, dan secara horizontal memberi manfaat baik bagi manusia dan makhluk lainnya⁴⁷.

Didalam penerapan etika pelayanan pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan yang terdiri dari Kejujuran, Berbicara yang sopan, Cekatan dalam melayani, Ramah tamah dalam melayani, Tidak berburuk sangka, Karyawan juga harus memiliki keinginan untuk menolong, Melayani konsumen dengan baik tanpa pilih kasih, sudah merupakan bagian dari prinsip Ekonomi Islam.

Pengaruh yang baik dari pelayanan merupakan hal positif bagi perusahaan, sebab bila pelanggan merasa terpuaskan dengan pelayanan yang telah diberikan oleh karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan maka pelanggan akan

⁴⁶ Muhammad Syafii Antonio, *Op.cit.*, h.13-14

⁴⁷ Mustafa Edwin nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: kencana, 2007), cet ke-1, h. 13

mempertahankan atau menjadi pelanggan tetap pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan dan tentu akan meningkatkan *profit* bagi perusahaan.

Dengan demikian, berdasarkan penjelasan-penjelasan diatas yang telah dipaparkan, tentang pelaksanaan etika pelayanan pada Mini Market Sahabat Aidilia teluk Kuantan, sebagian telah dilaksanakan dengan baik sesuai dengan syariah Islam, akan tetapi ada beberapa didalam pelaksanaannya yang belum sesuai dengan ketentuan maupun dengan yang didiinginkan Ekonomi Islam.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab terdahulu, dari data yang telah disajikan kemudian dianalisa dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Penerapan etika pelayanan pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan untuk mencapai profit yang maksimal terdiri dari: Kejujuran, Berbicara yang sopan, Cekatan dalam melayani, Ramah tamah dalam melayani, Tidak berburuk sangka, Karyawan juga harus memiliki keinginan untuk menolong, Melayani konsumen dengan baik tanpa pilih kasih dan berpakaian yang rapi, telah dilaksanakan dengan baik oleh karyawan kecuali ketulusan dan kemauan karyawan dalam membantu konsumen yang kesulitan.
2. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap etika pelayanan yang diterapkan pada Mini Market Sahabat Aidlia Teluk Kuantan ada sebagian yang telah diterapkan dengan baik dan sesuai dengan syariah Islam, serdangkan ada beberapa yang penerapannya belum sesuai dengan syariah Islam. Yaitu keinginan dalam menolong konsumen yang kesulitan. Islam mengajarkan bahwa dalam kehidupan manusia harus saling tolong-menolong, karyawan harus memiliki sifat ikhlas dalam membantu.

B. Saran

Dalam penulisan ini, penulis menyadari belum mencapai kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengemukakan beberapa saran-saran bagi pembaca khususnya maupun bagi pihak Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan.

1. Diharapkan kepada pihak Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan agar lebih meningkatkan kemampuan pelayanannya terhadap pelanggan, dengan lebih mengedepankan etika atau sikap dalam melayani, agar pembeli merasa nyaman dan mendapatkan kepuasan ketika berbelanja pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan dan konsumen akan menjadi pelanggan tetap. Hal ini tentu akan meningkatkan profit bagi perusahaan.
2. Kepada pihak Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan untuk dapat melaksanakan etika pelayanan yang tidak bertentangan dengan syariah Islam. Kepada pimpinan untuk Dapat memberikan pemahaman serta memotivasi karyawan untuk meningkatkan kualitas kerjanya terutama dalam hal pelayanan., memotivasi kejujuran, karyawan harus diyakinkan bahwa dengan kejujuran, bisnis akan jauh lebih mudah dan baik.
3. Disamping itu juga penulis menyarankan agar penelitian ini tidak hanya sampai disini melainkan penulis berharap semoga masih banyak lagi ilmuan-ilmuan yang melanjutkan penelitian ini khususnya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan Ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hamid Mursi, *SDM yang Produktif Pendekatan Al-Quran dan Sains*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997
- Al-Abani, Muhammad Nashiruddin, *Terjemahan Sunan Ibnu Majah*, Jakarta: Pustaka Azzam, 2007
- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007
- Ahmad Muh Al-Assal dan Fathi Ahmad abd Karim, *Sistem prinsip dan tujuan Ekonomi Islam, terj Imam Saefuddin*, Bandung: Pustaka Setia, 1999
- Arifin Hamid, *Hukum Ekonomi Islam*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2007
- Asmaran As, *Pengantar Study Akhlak*, Jakarta: Rajawali Pers, 1992
- Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2009
- Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja Perbankan*, Jakarta: LP3ES, 2006
- Dawam, Raharjo, *Etika Ekonomi dan Manajemen*, Yogyakarta : PT. Tiara Wacana, 1990
- Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, Semarang: CV. Toha Putra, 1990
- Didin Hafidhuddin & Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press : 2003
- Faisal Badroen, dkk. *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2006
- Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2005
- _____, *Service Manajemen*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008
- Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Ekonisia, 2004
- Idri Titik Triwulan Tutik, *Prinsip- prInsip Ekonomi Islam*, Jakarta: Indonesia, 2008
- Imam Al- Bukhori. *Shaheh Al-Bukhori*, Beirut: Dar al Al-kotob Al-Ilmiyah. 1992, Jilid 2

- Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006
- _____, *Kewirahusahaan*, Jakarta: Bumi Aksara. 2008
- Mudlar Ahmad, *Etika Dalam Islam*, Semarang: Ikhlas, th
- Muhandis Natadiwirya, *Etika Bisnis Islami*, Jakarta: Granada Press, 2007
- Muhammad, *Visi Alquran Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002, cet.1
- Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and General)*, Jakarta: Gema Insani, 2004
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006
- Mustafa Edwin nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: kencana, 2007
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Edisi Kedelapan, Jakarta: tt, 1998
- _____, *Manajemen Pemasaran*, Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007
- Rafik Issa Bekum, *Etika Bisnis Islami (Terj Muhammad)*, Yokyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, Cet ke-1
- Said, *Pengantar Ekonomi Islam*, Pekanbaru: Suska Press, 2008
- Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam (ditengah krisis ekonomi global)*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2004
- Salam, Burhanuddin, *Etika Sosial (Azas Moral dalam Kehidupan Manusia)*, Jakarta : Rineka Cipta, 1997
- Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik*, Jakarta: Bumi Aksara. 2007
- Suharsimi, Arikunto, *Presedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi V, Jakarta: Rineka Cipta, 2002
- Yusuf Qardhawi, *Norma dan etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani. 1997

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Tabel I. 1. Perkembangan Penjualan Pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan.....	6
2. Tabel II. 1. Produk- produk yang dijual pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan.....	19
3. Tabel IV. 1 Tanggapan Responden Mengenai Kejujuran Karyawan Dalam melayani konsumen.....	49
4. Tabel IV. 2. Tanggapan Responden Mengenai Kesopanan Karyawan Dalam Berbicara.....	51
5. Tabel IV. 3. Tanggapan responden Mengenai Menyediakan Barang Yang Dibutuhkan Secara Cepat.....	52
6. Tabel IV. 4. Tanggapan Responden Mengenai Keramah Tamahan Karyawan.....	54
7. Tabel IV. 5. Tanggapan Responden Mengenai Sikap Karyawan Dalam Memberikan Kebebasan Dalam Memilih Barang	55
8. Tabel IV. 6. Tanggapan Responden Mengenai Tanggung jawab dalam melayani	57
9. Tabel IV. 7. Tanggapan Responden Mengenai Kepedulian Karyawan Dalam Menolong Pembeli Disaat Pembeli Kesulitan Membawa Barang.....	58
10. Tabel IV. 8. Tanggapan Responden Mengenai Melayani Konsumen Tanpa Pilih Kasih.....	60
11. Tabel IV. 9. Tanggapan Responden Mengenai Penampilan Karyawan.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

1. Bagan II. 1. Struktur Organisasi Mini Market Sahabat Aidilia Teluk
Kuantan..... 15

ANGKET PENELITIAN

A. KATA PENGANTAR

Pertanyaan yang diajukan dalam angket ini bertujuan untuk memperoleh data tentang "Penerapan Etika Pelayanan Pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi Guna Mencapai Profit yang Maksimal Ditinjau Dari Ekonomi Islam".

B. PETUNJUK PENGISIAN

Mohon kesediaan bapak / ibu/ Saudara/I untuk dapat mengisi angket ini sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dengan cara memberi tanda silang (X) pada jawaban yang dianggap sesuai.

C. DATA RESPONDEN

Nama :
Umur :
Jenis Kelamin :
Alamat :

D. DAFTAR PERTANYAAN

1. Bagaimana pendapat anda mengenai kejujuran karyawan dalam melayani konsumen?
 - a. Sangat baik
 - b. Baik
 - c. Cukup baik
 - d. Tidak baik
2. Bagaimana pendapat anda mengenai sopan santun karyawan dalam melayani konsumen?
 - a. Sangat baik
 - b. Baik
 - c. Cukup baik
 - d. Tidak baik
3. Bagaimana pendapat anda mengenai kemampuan karyawan dalam menyediakan barang yang anda butuhkan secara cepat?
 - a. Sangat baik
 - b. Baik
 - c. Cukup baik
 - d. Tidak baik
4. Bagaimana pendapat anda mengenai keramahan karyawan dalam melayani konsumen?
 - a. Sangat baik
 - b. Baik
 - c. Cukup baik
 - d. Tidak baik

5. Bagaimana pendapat anda mengenai kebebasan anda dalam memilih barang yang akan dibeli?
 - a. Sangat baik
 - b. Baik
 - c. Cukup baik
 - d. Tidak baik
6. Bagaimana pendapat anda mengenai keseriusan karyawan dalam melayani konsumen?
 - a. Sangat baik
 - b. Baik
 - c. Cukup baik
 - d. Tidak baik
7. Bagaimana pendapat anda mengenai kesediaan karyawan disaat anda kesulitan membawa barang-barang belanjaan anda?
 - a. Sangat baik
 - b. Baik
 - c. Cukup baik
 - d. Tidak baik
8. Bagaimana pendapat anda mengenai melayani konsumen tanpa pilih kasih pada Mini Market Sahabat Aidilia?
 - a. Sangat baik
 - b. Baik
 - c. Cukup baik
 - d. Tidak baik
9. Bagaimana pendapat anda mengenai penampilan karyawan?
 - a. Sangat rapi dan sopan
 - b. Rapi dan sopan
 - c. Cukup rapi dan sopan
 - d. Tidak rapi dan sopan

TERIMA KASIH ATAS KERJASAMANYA

**PEDOMAN WAWANCARA KEPADA PIMPINAN
MINI MARKET SAHABAT AIDILIA TELUK KUANTAN**

1. Bagaimana latar belakang berdirinya Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan ini ?
2. Bagaimana struktur organisasi Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan, dan apa saja tugas dan wewenangnya ?
3. Apa Visi dan Misi Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan ?
4. Produk apa saja yang dijual pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan?
5. Berapa orang karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan ?
6. Bagaimana etika pelayanan yang diterapkan pada Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan?
7. Apakah etika pelayanan dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan?
8. Bagaimana hubungan anda dengan karyawan anda ?
9. Bagaimana hubungan anda dengan konsumen anda?

**PEDOMAN WAWANCARA KEPADA KARYAWAN
MINI MARKET SAHABAT AIDILIA TELUK KUANTAN**

1. Apa latar belakang pendidikan anda ?
2. Sudah berapa lama anda bekerja di Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan ?
3. Bagaimana proses anda bekerja disini ?
4. Bagaimana sikap anda dalam melayani pembeli di Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan ?
5. Apakah anda mengatakan kepada pembeli tentang apa adanya kualitas barang yang dijual?
6. Apakah anda melayani pembeli dengan penuh rasa tanggung jawab?
7. Apakah anda suka membantu konsumen yang kesulitan dalam berbelanja?
8. Bagaimana hubungan anda dengan pimpinan anda?
9. Bagaimana hubungan anda dengan teman sesama kerja anda?
10. Bagaimana hubungan anda dengan konsumen anda?

PEDOMAN WAWANCARA KEPADA KONSUMEN
MINI MARKET SAHABAT AIDILIA TELUK KUANTAN

1. Sudah berapa lama anda kenal dengan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan?
2. Bagaimana hubungan anda dengan karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan ?
3. Apakah anda pernah merasa dirugikan berbelanja di Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan ?
4. Apakah anda merasa puas dengan kinerja karyawan ketika melayani anda?
5. Bagaimana kesopanan karyawan dalam melayani anda?
6. Bagaimana keramahan karyawan Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan?
7. Apakah anda merasa bebas dalam memilih barang yang akan dibeli ketika berbelanja di Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan ?
8. Apakah karyawan membantu anda ketika anda mengalami kesulitan dalam mencari atau membawa barang belanjaan anda?
9. Apakah karyawan berlaku adil dalam melayani anda?
10. Bagaimana penampilan karyawan di Mini Market Sahabat Aidilia Teluk Kuantan?